PERANCANGAN INTERIOR KOREAN BEAUTY WELLNESS CENTER DI SCBD, JAKARTA SELATAN

PROPOSAL TUGAS AKHIR

Oleh:

Nama : Cecilia Wen

NIM : 2210109002

Prodi Desain Interior 2022

Dosen Pembimbing : Dwi Putranto, S.T., M.T.,

PROGRAM STUDI DESAIN INTERIOR

UNIVERSITAS PRADITA

TANGERANG

2022

PRADITA University

PRU/SPMI/FR-PM-25/0122

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Dengan ini saya sebagai civitas akademik Universitas Pradita yang bertandatangan dibawah ini:

Nama	: Cecilia Wen
NIM	: 2210109002
Program Studi	: Desain Interior
Bentuk Tugas Akhir	~~Skripsi/Karya Ilmiah (Publikasi) /Karya Akhir (Pameran)~~ /Proyek Akhir

untuk meningkatkan pengembangan ilmu pengetahuan, memberikan skripsi/tugas akhir kepada Universitas Pradita Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*None-exclusive Royalty Free Right)* dengan judul:

PERANCANGAN INTERIOR KOREAN BEAUTY WELLNESS CENTER DI SCBD, JAKARTA SELATAN

beserta dokumen tugas akhir yang ada sesuai ketentuan yang berlaku. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*None-exclusive Royalty Free Right*) ini, maka Universitas Pradita berhak menyimpan dan mengelola dalam bentuk *database*, dan mempublikasikan tugas akhir ini dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis tugas akhir ini sebagai penulis/pencipta dan pemilik Hak Cipta.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 07 Juli 2026

Yang Menyatakan



Cecilia Wen

HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Cecilia Wen
NIM : 2210109002
Program Studi : Desain Interior
Bentuk Tugas Akhir : Proyek Akhir
Peminatan Tugas Akhir: -
Judul Tugas Akhir : Perancangan Interior Korean Beauty Wellness Center di SCBD, Jakarta Selatan

Tangerang, 07 Juli 2026
Menyetujui
Pembimbing Skripsi

Dwi Putranto WJP, S.T., M.T.

PRADITA University

PRU/SPMI/FR-PM-28/0122

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Cecilia Wen
NIM : 2210109002
Program Studi : Desain Interior
Bentuk Tugas Akhir : Proyek Akhir
Peminatan Tugas Akhir: -
Judul Tugas Akhir : Perancangan Interior Korean Beauty Wellness Center di SCBD, Jakarta Selatan

Telah diujikan dan pada hari Senin, 12 Januari, tahun 2026
Dengan dinyatakan lulus

TIM PENGUJI

Pembimbing	Penguji 2
Dwi Putranto WJP, S.T., M.T.	Alifia Wida Izzati, S.T., M.Ds.

Ketua Sidang,

Sinta Binary Lazuardi, S.T., M.F.A.

Disahkan oleh:
Kepala Program Studi Desain Interior

Dwi Putranto WJP, S.T., M.T.

PRADITA University

PRU/SPMI/FR-PM-29/0122

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir yang telah saya susun ini adalah benar karya ilmiah saya sendiri dan tidak mengandur unsur plagiat dari karya ilmiah orang lain (sebagian/seluruhnya). Semua karya ilmiah orang lain atau Lembaga lain yang dikutip dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya dan dicantumkan di dalam Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan atau penyimpangan baik dalam pelaksanaan maupun penyusunan skripsi, maka saya bersedia untuk mendapatkan sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku dan dinyatakan TIDAK LULUS.

Tangerang, 07 Juli 2026

Cecilia Wen
2210109002

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, kasih, serta karunia-Nya yang tak terhingga sehingga penulis diberikan kesempatan, kekuatan, dan kelancaran dalam menyelesaikan penulisan proposal Tugas Akhir yang berjudul "Perancangan *Korean Beauty Wellness Center* di SCBD, Jakarta Selatan". Proposal ini berhasil disusun sesuai dengan waktu yang telah direncanakan berkat dukungan dan pertolongan-Nya. Proposal ini disusun sebagai bagian dari syarat akademik untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Desain Interior. Harapannya, hasil penulisan ini tidak hanya berguna bagi penulis sendiri, melainkan juga dapat memberikan manfaat dan wawasan tambahan bagi mahasiswa dan mahasiswi Desain Interior, serta pihak-pihak lain yang memiliki ketertarikan pada bidang ini. Dalam perjalanan karya akhir ini tentunya tidak lepas dari doa, dukungan moral, semangat, serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kata pengantar ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dwi Putranto, S.T., M.T., selaku Ketua Program Studi Desain Interior Universitas Pradita sekaligus dosen pembimbing Tugas Akhir yang sudah bersedia membimbing dengan penuh kesabaran dan selalu meluangkan waktu untuk membimbing penulis. Terima kasih atas kepercayaan, bantuan, serta arahan dan saran yang diberikan, yang telah mendorong penulis untuk terus berkembang.
2. Ibu Sinta Binary Lazuardi, ST., M.F.A., selaku dosen pembimbing simulasi Tugas Akhir, yang sudah bersedia meluangkan waktu dan dengan penuh kesabaran membimbing serta mendampingi penulis dalam proses penulisan Tugas Akhir ini. Terima kasih atas kepercayaan dan arahan yang senantiasa diberikan, yang mendorong penulis untuk terus berkembang.
3. Bapak Widasapta Sutapa, S.Ds.,M.Ds. selaku dosen Gambar Digital pada semester 3 yang telah memberikan ilmu 3D dan 2D dengan penuh kesabaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan perancangan 3D dan 2D dalam Tugas Akhir ini dengan baik.
4. Seluruh dosen Program Studi Desain Interior Universitas Pradita yang telah dengan sepenuh hati membagikan ilmu, wawasan, serta pengalaman berharga selama penulis menempuh pendidikan. Terima kasih atas dedikasi dan bimbingan yang menjadi pondasi penting dalam perjalanan akademik penulis.
5. Dengan penuh cinta, penghargaan paling istimewa penulis persembahkan kepada keluarga tercinta, Papa Ibrahim Yanto, Mama Yetti, adik-adik tersayang Kelly Olivia,

Alm. Noel Owen, dan Joel Wijaya, Bibi Susan dan Paman Susandi, serta seluruh keluarga besar yang senantiasa menjadi tempat ternyaman untuk pulang, berbagi tawa, tangis, dan segala lelah. Terima kasih atas setiap doa yang tak pernah putus, semangat yang tak pernah padam, serta dukungan tanpa batas dalam bentuk tenaga, pikiran, materi, dan cinta selama empat tahun perjalanan ini. Tanpa kalian, langkah ini tak akan sekuat dan seberani ini.

6. Darien Wu, Rayl Hanly Tan, Geraldo Cendera, dan Andre Pangestu selaku teman seperjuangan penulis dalam menempuh Program Studi Desain Interior, yang selalu memberikan dukungan untuk apapun yang penulis lakukan, mengajarkan penulis ilmu baru dan setia menemani penulis. Terima kasih untuk saran dan bantuan yang tiada henti selama 4 tahun perjalanan ini.
7. Vioreta Hidiyana selaku teman seperjuangan penulis yang selalu ada dan setia menemani sedari semester satu, mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan dukungan di saat kita berdua memperjuangkan hal yang sama. Terimakasih untuk tawa, tangis, saran, bantuan yang tiada henti saat mengerjakan tugas bersama di 4 tahun perkuliahan ini.
8. Vannya Christy selaku sahabat penulis sejak SMP (Sekolah Menengah Pertama) yang selalu memberi dukungan, tawa, dan waktu bagi penulis hingga saat ini.
9. Yang tercinta, diri saya sendiri yang sudah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran, kesehatan, tangis saat mengerjakan proposal ini. Terimakasih sudah bertahan di tengah lelah, terus melangkah meski sempat ragu, dan memilih untuk menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Bukan hanya untuk dirimu sendiri tapi untuk Papa dan Mama. Proposal ini adalah bukti kecil dari usaha besar yang tak selalu terlihat.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa dalam proses perancangan dan penulisan Tugas Akhir ini masih terdapat berbagai kekurangan, baik dari segi teknis maupun isi. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis membuka diri terhadap berbagai masukan dan kritik yang membangun serta saran yang dapat menjadi bahan evaluasi untuk memperbaiki serta menyempurnakan karya ini di masa yang akan mendatang.

Hormat Saya,

Cecilia Wen

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR....2
DAFTAR ISI....4
DAFTAR TABEL....5
DAFTAR GAMBAR....6
ABSTRAK....9
BAB I....11
PENDAHULUAN....11
1.1 Latar Belakang....11
1.2 Rumusan Masalah....13
1.3 Tujuan Perancangan....13
1.4 Manfaat Perancangan....14
1.5 Ruang Lingkup....14
1.6 Kerangka Penelitian....14
1.7 Sistematika Penelitian....18
BAB II....20
TINJAUAN PUSTAKA....20
2.1. Beauty Wellness Center....20
2.2. Beauty Salon....28
2.3. Beauty Clinic....32
2.4. Desain Interior....34
2.5. Konsep Desain Interior Pada Korean Beauty Wellness Center....38
2.6. Pentingnya Penelitian Desain Interior untuk Korean Beauty Wellness Center....45
2.7. Tren dan Inovasi dalam Desain Korean Beauty Wellness Center....47
BAB III....49
METODOLOGI PENELITIAN....49
3.1. Data Perancangan....49
3.2. Hasil Kuesioner Kebutuhan Pengguna Jasa Korean Beauty Wellness Center....61

3.3. Hasil Kuesioner Preferensi Warna Interior Untuk Tempat Spa.....68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.4.1. Tabel Tingkat Pencahayaan Dan Temperatur Warna.....36

Tabel 3.1.4.1. Yu Rirakkusu Korean Spa, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.....60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1. Perkembangan Pasar Produk Kecantikan di Indonesia..... 13
Gambar 1.6.1. Proses Desain Rosemary Killmer.....16
Gambar 2.1. Aspek Wellness pada manusia.....21
Gambar 2.1.2. Jimjillbang.....24
Gambar 2.1.3. Sulwhasoo Spa, Seoul..... 25
Gambar 2.4. The Psychology of Colors..... 39
Gambar 3.1.1. Naman Retreat Pure Spa / MIA Design Studio.....50
Gambar 3.1.2. Naman Retreat Pure Spa / MIA Design Studio.....50
Gambar 3.1.3. Layout Plan GF Naman Retreat Pure Spa / MIA Design Studio..... 51
Gambar 3.1.3. Layout Plan GF Naman Retreat Pure Spa / MIA Design Studio..... 51
Gambar 3.1.2.1. Menu Layanan Yu Rirakkusu.....53
Gambar 3.1.2.2. Menu Layanan Yu Rirakkusu.....54
Gambar 3.1.3.1. Logo Yu Rirakkusu Korean Spa.....54
Gambar 3.1.3.2. Instagram dan Tiktok Yu Rirakkusu.....56
Gambar 3.2.1. Diagram Hasil Persentase Hasil Usia Responden..... 62
Gambar 3.2.2. Diagram Hasil Persentase Hasil Jenis Kelamin Responden.....62
Gambar 3.2.3. Diagram Hasil Persentase Hasil Persepsi Responden..... 63
Gambar 3.2.4. Diagram Hasil Persentase Persepsi Arti “Healing” bagi Responden..... 63
Gambar 3.2.5. Hasil Persentase Persepsi Wellness Center sebagai sarana “Healing”..... 64
Gambar 3.2.6. Hasil Persentase Definisi Beauty Wellness Center..... 64
Gambar 3.2.7. Hasil Persentase Layanan Beauty Wellness Center yang pernah digunakan... 65
Gambar 3.2.8. Hasil Persentase Frekuensi penggunaan jasa Beauty Wellness Center..... 65
Gambar 3.2.9. Hasil Persentase Frekuensi penggunaan jasa Beauty Wellness Center..... 66
Gambar 3.2.10. Hasil persentase perawatan Korea yang pernah dicoba..... 66
Gambar 3.2.11. Hasil persentase fasilitas yang diinginkan.....67
Gambar 3.2.12. Hasil persentase persepsi klinik kecantikan dalam Wellness Center..... 67
Gambar 3.2.13. Hasil persentase persepsi lokasi ideal untuk Korean Beauty Wellness Center..
68

Gambar 3.2.14. Hasil persentase tingkat kepentingan keberadaan Korean Wellness Center.. 68
Gambar 3.3.1. Hasil Persentase Usia Responden.....69
Gambar 3.3.2. Hasil Persentase Jenis Kelamin Responden..... 69
Gambar 3.3.3. Hasil Persentase Pengalaman Responden..... 70
Gambar 3.3.4. Hasil Persentase Frekuensi Responden ke tempat spa..... 70
Gambar 3.3.5. Hasil Persentase Preferensi Pallete Warna Netral..... 71
Gambar 3.3.6. Hasil Persentase Preferensi Pallete Warna Pastel.....71
Gambar 3.3.7. Hasil Persentase Pallete Warna Monokromatik..... 72
Gambar 3.3.8. Hasil Persentase Pengaruh Pallete Warna Netral pada Kenyamanan.....72
Gambar 3.3.9. Hasil Persentase Pengaruh Pallete Warna Pastel pada Kenyamanan..... 72
Gambar 3.3.10. Hasil Persentase Pengaruh Pallete Warna Monokromatik pada Kenyamanan... 73
Gambar 3.3.11. Hasil Persentase Pengaruh Pallete Warna Pastel pada Ambience.....73
Gambar 3.3.12. Hasil Persentase Pengaruh Pallete Warna Monokromatik pada Ambience... 74
Gambar 3.3.13. Hasil Persentase Preferensi Warna yang mencolok pada tempat spa.....74
Gambar 3.3.14. Hasil Persentase Preferensi Warna yang Dominan pada tempat spa.....75
Gambar 3.3.15. Hasil Persentase Preferensi Warna yang Berbeda pada tempat spa..... 75
Gambar 3.3.16. Hasil Persentase Preferensi Satu Pallete Warna pada tempat spa..... 75
Gambar 3.3.17. Hasil Persentase Pencahayaan ruangan mempengaruhi kesan responden..... 76

ABSTRAK

Beauty Wellness Center merupakan fasilitas yang menyediakan beragam layanan khas tradisional Korea dengan tujuan utama untuk membangun kesadaran akan pentingnya kesehatan secara holistik baik dari aspek fisik, mental, maupun edukasi dalam menjalani gaya hidup sehat. Lokasi perancangan yang dipilih adalah kawasan SCBD, Jakarta Selatan yang strategis karena menjadi pusat aktivitas profesional dengan mobilitas tinggi. Target utama dari perancangan ini adalah para pekerja kantoran yang cenderung memiliki rutinitas padat serta kalangan muda, khususnya generasi Milenial dan Gen Z yang menunjukkan perhatian besar terhadap kesehatan mental dan tren kecantikan, termasuk Korean Beauty yang sedang populer. Penelitian ini berfokus pada upaya merancang interior yang mampu menghadirkan suasana tenang, nyaman, dan mendukung aktivitas relaksasi, selaras dengan tren healing yang kini marak sebagai bagian dari kampanye *Mental Health Awareness*. Untuk menunjang perancangan, penulis menyebarluaskan kuesioner secara daring guna mendapatkan opini dan preferensi pengguna potensial. Selain itu, dilakukan pula wawancara dengan pelaku bisnis di bidang kecantikan dan relaksasi, seperti pemilik Korean Spa, klinik kecantikan, serta salon untuk mendapatkan insight praktis dan relevan terkait kebutuhan Desain Interior. Dalam proses analisis, kenyamanan dan keamanan pengguna menjadi dua aspek krusial yang diperhitungkan secara menyeluruh. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang mencakup analisis kebutuhan ruang berdasarkan berbagai faktor, termasuk persepsi konsumen terhadap pengalaman spasial yang ideal. Dengan demikian, perancangan tidak hanya mempertimbangkan aspek ergonomis, tetapi juga pendekatan psikologis dan estetika yang mempengaruhi kenyamanan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang paling berpengaruh terhadap kenyamanan pengguna, menentukan kebutuhan ruang yang optimal, serta merumuskan alternatif desain terbaik. Konsep utama *Korean Wellness Center* ini adalah perpaduan antara elemen budaya tradisional Korea dengan sentuhan modern dengan menghadirkan atmosfer yang menenangkan melalui penggunaan pencahayaan hangat, material alami, serta tata ruang yang mendukung pengalaman relaksasi maksimal. Diharapkan, hasil akhir dari perancangan ini dapat mendorong gaya hidup sehat, memperkuat kesadaran akan pentingnya kesehatan mental, serta menciptakan lingkungan yang nyaman dan penuh ketenangan bagi masyarakat urban.

Kata kunci: *Wellness Center, Korean Beauty,* Relaksasi*, Healing, Mental Health Awareness*, Gen Z, Desain Interior

ABSTRACT

A Beauty Wellness Center is a facility that offers a variety of traditional Korean treatments with the main goal of promoting awareness about the importance of holistic health—physically, mentally, and through education in leading a healthy lifestyle. The chosen location for the design is the SCBD area in South Jakarta, a strategic hub known as a center of professional activity with high mobility. The primary target audience for this design includes office workers who tend to have busy routines, as well as young people—particularly Millennials and Gen Z—who show a strong interest in mental health and beauty trends, including the currently popular Korean Beauty.This research focuses on designing an interior that creates a calm and comfortable atmosphere to support relaxation activities, in line with the rising trend of healing as part of the broader Mental Health Awareness campaign. To support the design process, the author distributed an online questionnaire to gather opinions and preferences from potential users. Additionally, interviews were conducted with professionals in the beauty and relaxation industry, such as Korean spa owners, beauty clinic practitioners, and salon managers, to gain practical and relevant insights related to interior design needs.In the analysis process, user comfort and safety are two crucial aspects that are thoroughly considered. Therefore, the approach involves analyzing space requirements based on various factors, including consumers' perceptions of ideal spatial experiences. As such, the design does not only address ergonomic considerations, but also integrates psychological and aesthetic approaches that influence user comfort.The main objectives of this research are to identify the key elements that most significantly affect user comfort, determine the optimal spatial requirements, and formulate the best alternative design solutions. The core concept of the Korean Wellness Center is a blend of traditional Korean cultural elements with modern touches, aiming to create a soothing atmosphere through the use of warm lighting, natural materials, and spatial arrangements that enhance a deep relaxation experience. The final design is expected to encourage a healthy lifestyle, raise awareness of the importance of mental health, and create a peaceful, comfortable environment for urban communities.

Keywords: Wellness Center, Korean Beauty, Relaxation, Healing, Mental Health Awareness, Gen Z, Interior Design

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penyebab kelelahan tidak hanya berasal dari kegiatan yang dilakukan sehari-hari, melainkan dapat berasal dari fisik, psikis dan juga emosional. Dalam beberapa tahun terakhir, beberapa dari *Gen Z* dan Milenial di Indonesia telah mengaplikasikan tren *healing*, dengan memprioritaskan kesejahteraan mental dan emosional. *Healing* adalah mekanisme koping stres bagi banyak kalangan *Gen Z* dan Milenial di Indonesia. Bagi banyak kalangan di Indonesia, *healing* mewakili pendekatan holistik terhadap perawatan diri, mencakup praktik kesehatan mental, relaksasi dan refleksi seperti aktivitas pijat, dan rutinitas refleksi perawatan diri menjadi semakin populer di kalangan Milenial dan *Gen Z* karena kesadaran yang semakin besar akan kesehatan mental. (*Snapcart*, 2023).

Sebagai hasil dari fokus penyembuhan ini, perilaku belanja di kalangan Milenial dan *Gen Z* pun berkembang. Banyak yang bersedia mengalokasikan anggaran mereka untuk produk serta pengalaman kesehatan dan kecantikan, menganggapnya sebagai barang penting dan bukan barang mewah. Ini termasuk belanja untuk perawatan kulit, keanggotaan kebugaran, dan sumber daya kesehatan mental (*Pew Research Center*, 2022). Pada buku *"Why We Buy: The Science of Shopping"* yang ditulis oleh *Paco Underhill*, desain toko yang baik akan memperbaiki pengalaman dalam berbelanja, meningkatkan waktu yang dihabiskan dalam toko, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan.

Kegiatan *healing* telah menjadi bagian penting dari gaya hidup karena jadwal mereka yang padat, meningkatnya masalah kesehatan, dan kesadaran akan kesehatan mental dan fisik yang terus berkembang. Kegiatan ini bukan hanya tren dan fokus pada kesehatan fisik tetapi juga mencakup hubungan yang lebih dalam dengan kesejahteraan tubuh, pikiran dan jiwa. Di Indonesia, salah satu refleksi yang populer dan tempat kecantikan terbaik adalah tempat kecantikan khas Korea, dan salah satu refleksi tradisionalnya adalah jjimjilbang. Secara garis besar, *wellness* Korea terbagi menjadi 4 kategori yaitu, spa dan kecantikan, pemulihan dan meditasi, wisata alam, serta pengobatan tradisional. (Seini I Zalukhu, KTO). Pada *Korean*

Wellness Center ini akan mencakup 4 kategori dengan memadukan fasilitas yang beragam yaitu, spa, refleksi, dan *beauty clinic* di dalamnya.

Selama ini, *health and wellness* khususnya Spa, lebih identik untuk kebugaran tubuh, namun seiring dengan berkembangnya kreativitas dan inovasi para penyedia jasa, dengan digabungkannya Spa dan *herbal therapy* selain mendapat cantik, seseorang juga mendapat banyak manfaat untuk penyembuhan berbagai penyakit. Seiring dengan hal tersebut, kehidupan di kawasan SCBD yang dimana sesuai dengan target sasaran pengguna dari *Korean Beauty Wellness Center* ini yaitu pegawai kantoran. Perancangan ini berguna untuk menghilangkan penat sangat berdampak pada badan dan raga yang lelah. Kondisi ini memunculkan ide bisnis Spa yang menawarkan pemulihan dan kebugaran sehingga seberat apapun aktivitas seseorang, Spa akan membantu meringankan dan menyiapkan kembali seseorang untuk melakukan aktivitas yang padat tersebut.

Menurut laporan "*The Least and Most Stressful Cities Index 2021*" yang dirilis oleh CBD dan Vaay, Jakarta menempati peringkat kesembilan sebagai kota dengan tingkat stres tertinggi di dunia dengan skor 41,8 dari skala 1-100. Penelitian ini menganalisis 15 indikator yang berkontribusi terhadap tingkat stres di 500 kota di seluruh dunia, termasuk tingkat pengangguran, keselamatan, kesetaraan gender, kondisi cuaca, dan akses terhadap pelayanan kesehatan. Tingginya tingkat stres di Jakarta, menunjukkan perlunya fasilitas yang dapat membantu masyarakat dalam mengelola stres dan meningkatkan kesejahteraan mental serta fisik. Dengan tekanan kerja yang tinggi, mobilitas perkotaan yang padat, dan gaya hidup yang serba cepat, pekerja profesional membutuhkan tempat untuk relaksasi dan perawatan diri.



Gambar 1.1.1 Diagram 10 Kota Tingkat Stress Tertinggi di Dunia

Sumber: (gokepri)

Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa lingkungan yang dirancang dengan baik dapat memberikan efek psikologis positif bagi pengunjung, termasuk penurunan tingkat stres dan peningkatan kesejahteraan emosional (Sumber :Ulrich, 1991; Kaplan & Kaplan, 1989) Dengan populasi yang besar dan tingginya jumlah penduduk usia produktif seperti *Milenial dan Gen Z*, Indonesia diperkirakan menjadi salah satu pasar perawatan kulit terbesar di dunia dan Indonesia menjadi kontributor kedua terbesar dalam pertumbuhan industri perawatan kulit secara global, dengan Amerika Serikat di posisi ketiga, Korea selatan di posisi ke empat dan India di posisi kelima dalam hal pertumbuhan bisnis.

Menurut Irina, selaku *Global Head of Beauty and Personal Care Research* di *Euromonitor International*, permintaan di Indonesia akan produk *skincare* diperkirakan meningkat pesat. Secara global, rata-rata pengeluaran individu untuk produk kecantikan per tahun mencapai sekitar *US$ 15* untuk perawatan kulit, *US$ 10* untuk perawatan rambut, dan *US$ 7* untuk kosmetik (*Marketeers*, 2016). Potensi ini menjadi peluang besar bagi jasa kecantikan di Indonesia untuk terus berkembang (Kemenperin, 2016).



Gambar 1.1.2. Perkembangan Pasar Produk Kecantikan di Indonesia

Sumber : *CCI - Survey Bizteka, 2016*

Bagi masyarakat *modern*, semua aktivitas berat dihadapi setiap hari dan pada saat seperti ini terapi kesehatan seperti refleksi dan sarana untuk memanjakan diri menjadi suatu kebutuhan bahkan telah menjadi tren saat ini. Banyak juga yang sudah menjadwalkan

langganan untuk datang ke Spa untuk memulihkan tubuh dari rasa lelah dan lambat laun telah menjadi gaya hidup dan kebutuhan masyarakat.

Dengan padatnya aktivitas sehari-hari tersebut membuat seseorang membutuhkan waktu dan tempat khusus untuk merawat wajah, relaksasi, serta merawat tubuh terutama bagi wanita. Wanita sering kali lebih rentan mengalami kelelahan dan stres akibat berbagai rutinitas yang dijalani dan banyak wanita yang harus menjalankan beberapa peran dalam waktu yang sekaligus seperti mengurus pekerjaan dan keluarga dalam waktu yang bersamaan. Oleh karena itu wanita memiliki kebutuhan khusus tidak hanya dalam kesehatan, tetapi juga perawatan tubuh yang berguna untuk mempertahankan penampilan mereka. Dengan demikian semakin tingginya kesadaran masyarakat akan pentingnya *self-care* dan kesehatan mental, keberadaan *Beauty Wellness Center* di SCBD diharapkan dapat menjadi bagian dari solusi bagi mereka yang ingin menjaga keseimbangan antara tuntutan profesional dan kebutuhan pribadi.

Isu kesehatan mental di Indonesia memiliki dasar hukum yang kuat. UU No. 17 tahun 2023 Pasal 1 Ayat 3 menegaskan bahwa “Kesehatan jiwa adalah kondisi seimbang fisik, mental, spiritual, dan sosial yang memungkinkan individu berkembang, seperti tekanan, dan berkontribusi dalam produktivitas. Bahkan sejak UU No. 18 Tahun 2014 Pasal 4, pemerintah telah mengakui hak cipta bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan kesehatan jiwa yang bermutu. Hal ini diperkuat oleh Permensos No. 12 Tahun 2018 Pasal 2 Ayat 1 yang menekankan tanggung jawab kolektif pemerintah, keluarga, dan masyarakat dalam mencegah pemasungan serta memastikan perawatan yang layak bagi penyandang disabilitas mental. Sementara itu, Permenkes No. 31 Tahun 2023 Pasal 2 membatasi penggunaan psikotropika hanya untuk pelayanan kesehatan dan penelitian, yang membuka peluang berkembangnya pendekatan non-farmakologis seperti relaksasi, desain ruang, dan gaya hidup sehat. Keseluruhan regulasi ini menunjukkan kesadaran pemerintah bahwa kesehatan mental adalah bagian penting dari kesejahteraan masyarakat dan membutuhkan dukungan kerjasama antar bidang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas maka dapat di identifikasi beberapa masalah yang berkaitan dengan latar belakang diatas yaitu:

a. Bagaimana desain interior *Korean Beauty Wellness Center* dapat menyediakan ruang yang rileks, tenang, dapat menghilangkan stres / penat dan memenuhi seluruh kebutuhan aktivitas dengan aman bagi pengunjung?
b. Bagaimana desain interior dapat mengakomodasi kebutuhan Milenial dan *Gen Z* yang mengadopsi tren *healing* melalui aktivitas refleksi dan perawatan diri khas Korea?
c. Bagaimana desain interior dapat mengintegrasikan elemen tradisional Korea dengan pendekatan *modern* yang mendukung kesehatan mental dan fisik?
d. Bagaimana cara mengadaptasi konsep *Korean Beauty Wellness Center* ke dalam konteks budaya, kebutuhan, dan preferensi masyarakat Indonesia agar dapat menciptakan pengalaman relaksasi dan perawatan yang relevan efektif, dan diterima oleh masyarakat lokal?

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas maka dapat di identifikasi beberapa tujuan yang berkaitan dengan rumusan masalah diatas yaitu:

a. Merancang *Korean Beauty Wellness Center* yang dapat menyediakan ruang yang rileks, tenang dan dapat menghilangkan stres / penat bagi pengunjung dan memenuhi seluruh kebutuhan aktivitas dengan aman.
b. Merancang *Korean Beauty Wellness Center* yang dapat mengakomodasi Milenial dan *Gen Z* yang mengadopsi tren *healing* melalui aktivitas refleksi dan perawatan diri khas Korea.
c. Merancang *Korean Beauty Wellness Center* yang dapat mengintegrasikan elemen tradisional Korea dengan pendekatan *modern* yang mendukung kesehatan mental dan fisik.
d. Menyusun pendekatan yang efektif untuk mengadaptasi konsep Korean Wellness agar sesuai dengan budaya, kebutuhan, dan preferensi masyarakat Indonesia.

1.4 Manfaat Perancangan

Berdasarkan pada tujuan perancangan diatas maka dapat di identifikasi beberapa manfaat yang berkaitan dengan tujuan perancangan diatas yaitu:

a. Menjadi referensi bagi penelitian serupa di masa depan terkait desain interior dengan mengeksplorasi ruang yang rileks, tenang dan dapat menghilangkan stres / penat bagi pengunjung.
b. Menyediakan ruang yang mendukung tren *healing* dan *mental-awareness* bagi Milenial dan *Gen Z* dengan fasilitas dan aktivitas refleksi dan perawatan diri.
c. Memperkenalkan elemen tradisional Korea dengan pendekatan *modern* yang mendukung kesehatan mental dan fisik kepada semua kalangan.
d. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan perancang yang lebih mengenai bagaimana *Korean Beauty Wellness Center* dengan memahami kebutuhan masyarakat SCBD, Jakarta Selatan dalam kebutuhan akan *healing*.

1.5 Ruang Lingkup

Berdasarkan pada manfaat perancangan diatas maka dapat di identifikasi beberapa ruang lingkup untuk perancangan ini yaitu :

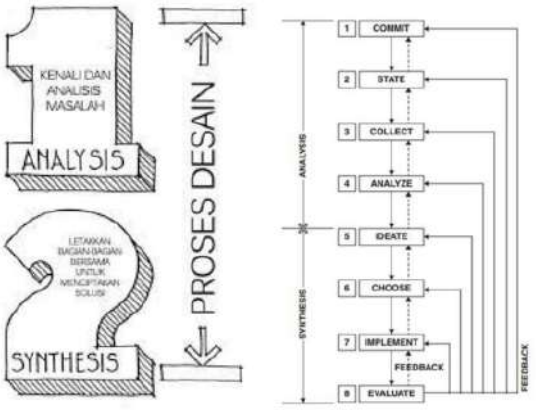
a. Identifikasi kebutuhan pengunjung dengan mengkaji kebutuhan target pengunjung Milenial dan *Gen Z* yang membutuhkan fasilitas relaksasi dan *healing*.
b. Konsep desain interior yang memadukan elemen budaya Korea dengan pendekatan *modern* yang mendukung suasana tempat relaksasi.
c. Pengaturan tata ruang untuk berbagai aktivitas dari *hair treatment*, refleksi, spa, perawatan wajah dan area santai khas Korea.
d. Pemilihan furniture dengan landasan ergonomi dan antropometri manusia.
e. Pemilihan material alami seperti kayu, batu dan elemen dekoratif khas Korea.
f. Menyesuaikan desain dengan lingkungan yang ada di SCBD, Jakarta Selatan untuk menarik daya tarik pengunjung dan komersial serta menjadikan itu salah satu pusat wisata.
g. Menciptakan suasana yang mendukung kenyamanan emosional dan mental pengunjung melalui penataan ruang, pencahayaan, warna dan aromaterapi yang khas.

1.6 Kerangka Penelitian

Pada perancangan *Korean Beauty Wellness Center*, penulis menerapkan pola pikir dan proses desain yang dikembangkan oleh *Rosemary Kilmer*. Menurut *Kilmer (2013)*, proses

perancangan interior melibatkan identifikasi permasalahan dalam lingkungan ruang dalam, penciptaan serta evaluasi dengan berbagai alternatif, dan penerapan solusi yang tepat. Desain dipandang sebagai pendekatan dalam memecahkan masalah, di mana kreativitas memadukan seni dan ilmu untuk menemukan solusi yang optimal. Perancangan interior yang baik memerlukan proses yang terstruktur guna untuk menciptakan ruang yang fungsional dan estetis. Hasil desain yang berkualitas tercapai ketika desainer, klien, konsultan, dan kontraktor bekerjasama dalam proses pemecahan masalah yang sistematis dan inovatif.

Rosemary Kilmer membagi proses desain menjadi dua tahap utama. Pada tahap utama, analisis permasalahan akan diidentifikasi, diteliti, diuraikan, dan dianalisis. Proses ini bertujuan untuk menyederhanakan masalah yang kompleks menjadi bagian-bagian yang lebih mudah untuk dipahami dan dapat memperoleh wawasan yang lebih baik mengenai situasi yang dihadapi. Dari tahap ini, desainer mengembangkan ide atau proposal mengenai langkah-langkah yang dapat diambil untuk menyelesaikan masalah atau mengubah dari kondisi yang sudah ada. Pada tahap kedua disebut dengan tahap sintesis, dimana bagian-bagian yang telah dianalisis dikombinasikan untuk membentuk solusi kemudian akan diterapkan pada desain. Pada tahap ini, desainer berupaya menciptakan sesuatu yang baru dan merancang solusi yang inovatif dan berguna untuk menyelesaikan permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya.



Gambar 1.6.1. Proses Desain *Rosemary Killmer*

Sumber : *Killmer*, 1992

a. *Commit* (Menerima Masalah)

   Tahap *Commit* dapat diartikan sebagai proses pengambilan keputusan penting dalam berkomitmen pada suatu proyek. Dalam kasus nyata, tahap ini menjadi momen yang

krusial bagi desainer dan klien untuk mencapai kesepakatan sebelum melanjutkan proyek hingga ke tahap akhir contohnya saat penandatanganan kontrak kerja antara desainer dan klien sebelum melangkah ke tahap berikutnya.

Namun dalam proyek ini situasinya berbeda dari kasus pada umumnya karena proyek ini bertujuan untuk edukasi atau penelitian, komitmen yang ada bukan antara desainer dan klien melainkan komitmen penulis terhadap diri sendiri. Penulis bertanggung jawab dalam menentukan arah desain sesuai dengan tujuan akademis serta memastikan bahwa konsep dan ide yang dikembangkan tercermin dalam desain yang diusulkan.

b. *State* (Merumuskan Masalah)

Tahap *State* adalah fase dimana perancang merumuskan dan menyatakan secara jelas bagaimana ide dan solusi yang telah dikomitmenkan akan diterapkan pada desain. Pada tahap ini, penulis mulai menentukan arah konsep perancangan *retail*, termasuk pemilihan konsep utama yang akan digunakan. Dalam hal ini, konsep *zen* dipilih karena dianggap paling sesuai untuk proyek ini. Namun pada tahap ini, konsep tersebut masih dalam bentuk dasar dan belum digambarkan secara rinci.



Gambar 1.6.2. SIEU Spa (Zen-Like Concept)

Sumber : Behance

c. *Collect* (Mengumpulkan Fakta)

Tahap *Collect* akan dikaitkan dengan tahap mengumpulkan data eksisting dari proyek perancangan ini. Penulis mengumpulkan dan mendapatkan data-data proyek dari Yu

Rirakkusu Spa di Jakarta Selatan, *Beauty Clinic Glow&Go* di Summarecon Mall Serpong, dan *Ga-on Korean Spa* di Gading Serpong sesuai dengan 3 poin utama yang akan dirancang oleh penulis yaitu *Korean Spa, Beauty Clinic,* dan *Beauty Salon*. Proses pengambilan data eksisting dilakukan dengan wawancara dan data-data diambil langsung oleh penulis saat melakukan survey ke lokasi eksisting.

d. *Analyze* (Menganalisa)

Tahap analisa penulis dilakukan saat menyusun Pra-Tugas Akhir dengan menanyakan langsung data yang tersedia dengan wawancara. Setelah itu, penulis dapat mengerti dan menganalisa kekurangan dan masalah yang terdapat di lokasi eksisting. Analisa yang penulis lakukan berupa analisis *brand,* wawancara pekerja dan survei kondisi eksisting.

e. *Ideate* (Mengolah Ide)

Langkah ideasi merupakan poin paling menarik dan menggali kreativitas penulis dalam proses desain perancangan ini. Konsep ide yang digunakan pada buku Wisatawan Universal berfokus pada prinsip "satu tujuan, banyak alternatif", yang berarti menghasilkan sebanyak mungkin ide atau alternatif untuk mencapai tujuan proyek perancangan. Pada tahap ini, penulis hanya mengembangkan konsep yang sudah didapatkan melalui tahap *state* dan konsep tersebut akan dikaitkan dengan masalah yang sudah dianalisa sebelumnya. Maka masalah dan konsep dapat menjadi terarah dan teratur. Pada tahap ini, penulis juga membuat alternatif pembentuk ruang, material, *lighting*, warna, furnitur dan penataan ruang berupa *zoning area* dan *layouting*.

f. *Choose* (Memutuskan Ide)

Setelah melalui proses analisis dan pengolahan ide, langkah selanjutnya yang dilakukan penulis adalah memutuskan ide utama dalam perancangan ini. Pada tahap ini, penulis memilih salah satu dari beberapa alternatif desain yang telah dibuat pada tahap sebelumnya. Pemilihan ini didasarkan dengan berbagai pertimbangan, baik dari penulis sendiri maupun dosen pembimbing dalam sesi asistensi. Namun, alternatif yang dipilih belum dapat dipastikan sudah sempurna, sehingga masih memungkinkan adanya pengembangan ide lebih lanjut. Beberapa alternatif dalam proses ini juga dapat digabungkan untuk menghasilkan solusi desain yang lebih optimal.

g. *Implement* (Melaksanakan Ide Desain)

Tahap ini merupakan tahap dimana ide yang telah dipilih mulai direalisasikan dalam bentuk nyata. Pada tahap ini, perancang menerjemahkan konsep ke dalam gambar

akhir, rencana *detail*, rendering serta berbagai bentuk presentasi visual lainnya. Tujuannya adalah untuk mengkomunikasikan desain secara jelas dan menyeluruh. Proses desain tidak hanya berhenti pada penciptaan ide atau solusi kreatif, tetapi berkembang hingga tahap eksekusi, dimana konsep yang telah dirancang diwujudkan menjadi bentuk yang dapat diimplementasikan.

h. *Evaluate* (Mengoreksi Desain)

   Tahap ini tidak hanya dilakukan setelah implementasi, tetapi juga berlangsung di setiap fase proses desain. Evaluasi dapat dilakukan melalui proses asistensi dengan dosen pembimbing maupun secara mandiri untuk menyempurnakan desain sehingga hasil yang dihasilkan lebih optimal dan menyelesaikan permasalahan yang sudah ada.

Berdasarkan ruang lingkup diatas maka dapat diidentifikasi rangka penelitian dari perancangan ini yaitu dimulai dengan analisis kondisi eksisting Spa dan *Beauty Wellness Center*, dan mencari tahu daya tarik masyarakat terhadap Spa atau *Beauty Wellnesss Center* dan menganalisis berapa banyak kalangan yang mengadopsi tren *healing* dan peduli akan *mental health awareness*. Selanjutnya, penelitian akan akan mendalami elemen dan budaya Korea dalam lingkup Spa dan *Beauty Wellness Center*, seperti treatment yang dilakukan pada *Beauty Wellness Center* atau Spa di Korea, elemen budaya lokal tradisional khas Korea, dan bagaimana *Korean Wellness Center* membawa *ambience* yang tenang dan diharapkan dapat menghasilkan desain *Wellness Center* yang tenang, nyaman dan dapat menghilangkan stres / penat pengunjung *Korean Wellness Center*.

1.7 Sistematika Penelitian

Berdasarkan Kerangka Penelitian diatas, maka sistematika penelitian dari perancangan ini dimulai dari:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I menguraikan latar belakang munculnya fenomena kelelahan (*fatigue*) yang banyak dirasakan oleh masyarakat urban, khususnya dari kalangan milenial dan Gen Z, akibat tekanan hidup di lingkungan perkotaan yang padat dan kompetitif. Selain itu, dijelaskan pula bagaimana tren *healing* atau penyembuhan diri mulai marak sebagai bentuk kebutuhan akan keseimbangan emosional dan fisik. Tren ini mendorong terciptanya tempat-tempat relaksasi dan perawatan diri yang holistik. Oleh karena itu, bab ini juga menjelaskan rumusan masalah,

tujuan perancangan, manfaat yang ingin dicapai, batasan, serta metode yang digunakan untuk merancang *Beauty Korean Wellness Center* sebagai respons terhadap tren tersebut.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab II, penulis menyajikan berbagai teori dan studi terdahulu yang berkaitan dengan topik perancangan. Tinjauan dilakukan terhadap beberapa aspek utama, antara lain:

A. Korean Spa dan Relaksasi: membahas konsep, fungsi, serta filosofi di balik praktik spa ala Korea yang menitikberatkan pada penyembuhan melalui air, panas, dan terapi tubuh.
B. Beauty Salon: mengulas jenis layanan, tata ruang, dan elemen interior yang dibutuhkan untuk menciptakan suasana yang nyaman dan fungsional.
C. Beauty Clinic: menjelaskan standar desain klinik kecantikan yang memperhatikan higienitas, privasi, dan kenyamanan pengguna.

Bab ini juga memuat elemen penting desain interior, seperti pencahayaan, material, layout, sirkulasi ruang, dan suasana yang mendukung pengalaman healing. Selain itu, dibahas pula filosofi kecantikan Korea dan nilai-nilai wellness yang menjadi inspirasi utama dalam perancangan.

BAB III DATA PERANCANGAN

Bab III berfokus pada pengumpulan dan analisis data sebagai dasar dalam merancang bangunan dan ruang interior. Data dikumpulkan melalui beberapa metode, yaitu:

A. Observasi Langsung: Dilakukan dengan mengunjungi lokasi-lokasi wellness center dan spa Korea, baik lokal maupun internasional, guna memperoleh data visual, spatial, dan teknis yang relevan.
B. Wawancara (Interview): Melibatkan pihak pengelola untuk mendapatkan insight terkait kebutuhan, perilaku, dan ekspektasi terhadap fasilitas wellness.
C. Kuesioner: Disebarkan kepada target pasar (milenial dan Gen Z) guna mengidentifikasi preferensi desain, layanan yang diminati, serta persepsi mereka terhadap konsep wellness Korea.

BAB IV KONSEP PERANCANGAN

Bab IV menguraikan secara mendalam mengenai konsep desain yang menjadi dasar dari keseluruhan perancangan Beauty Korean Wellness Center. Di dalamnya dijabarkan:

A. Studi Lapangan dan Tapak: Melakukan *research* di kawasan SCBD, Jakarta Selatan, untuk mengevaluasi kondisi lingkungan, aksesibilitas, potensi pasar, dan karakteristik pengguna.
B. Konsep Utama dan Turunan: Tema besar yang merepresentasikan identitas dan arah desain serta sub-tema pendukung yang memperkuat konsep utama.
C. Gaya Desain Interior: Gaya visual yang digunakan, seperti minimalis Korea, natural, atau modern kontemporer, yang sesuai dengan filosofi wellness.
D. Penerapan Konsep: Meliputi zonasi ruang, komposisi tata letak, pemilihan palet warna yang menenangkan, material alami, pencahayaan lembut, hingga elemen dekoratif yang memperkuat suasana healing.
E. Prinsip Desain: Termasuk estetika, fungsi, ergonomi, kenyamanan psikologis, sirkulasi yang efisien, dan pengalaman multisensori pengguna.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini menyajikan output dari proses perancangan dalam bentuk visual dan teknis. Setiap elemen desain dijelaskan secara detail, meliputi:

A. Denah dan Tata Letak Ruang: Menunjukkan gambar kerja, zonasi dan hubungan antar area.
B. Tampak dan Potongan Ruang: Memberikan gambaran teknis tentang dimensi dan komposisi ruang.
C. Perspektif Interior: Visualisasi tiga dimensi yang merepresentasikan suasana dan pengalaman ruang.
D. Moodboard dan Material Board: Menampilkan elemen estetis dan material yang digunakan untuk membangun atmosfer interior.
E. Deskripsi Area: Penjabaran detail masing-masing ruang, seperti area spa, salon kecantikan, klinik estetika, lounge, dan ruang pendukung lainnya, disesuaikan dengan fungsi dan target penggunanya.

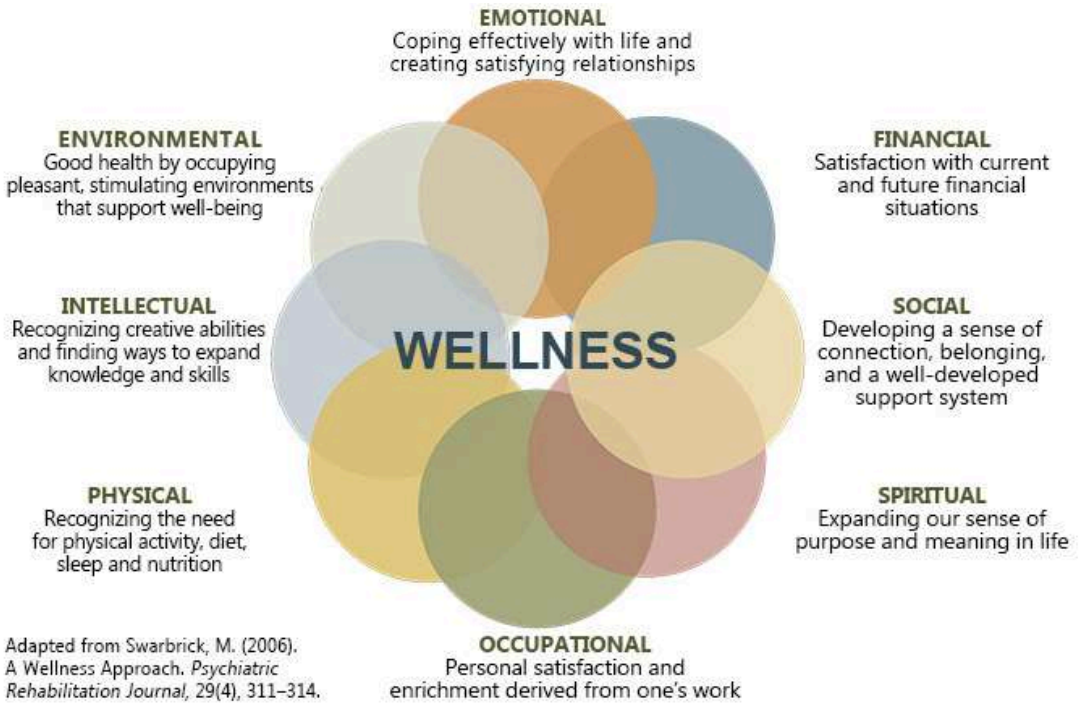
BAB VI – PENUTUP

Bab terakhir ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian dan perancangan yang telah dilakukan. Disampaikan pula manfaat dari perancangan *Beauty Korean Wellness Center* terhadap kebutuhan masyarakat urban akan relaksasi dan perawatan diri. Selain itu, diberikan saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pengembangan proyek serupa di masa depan atau pengaplikasian konsep di lokasi dan konteks yang berbeda.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Beauty Wellness Center

Beauty Wellness Center adalah fasilitas yang menawarkan berbagai layanan untuk meningkatkan kecantikan dan kesejahteraan individu. Layanan yang ditawarkan mencakup perawatan rambut, kulit, tubuh, hingga terapi relaksasi seperti aromaterapi dan terapi batu panas. Tujuan utama dari *Beauty Wellness Center* ini adalah mendukung kesehatan fisik dan mental melalui pendekatan holistik yang menggabungkan aspek kecantikan dan kebugaran. (Law Insider, n.d.). Berikut merupakan gambar yang menjelaskan aspek Wellness pada manusia:



Gambar 2.1. Aspek Wellness pada manusia

Sumber : https://alaskapharmacy.org/event/54th-annual-convention-tradeshow/

Sejarah *Beauty Wellness Center* berakar dari praktik kecantikan tradisional yang terus berkembang seiring dengan kemajuan zaman. Pada abad ke-18 dan 19, tokoh seperti Madam CJ. Walker berperan dalam memajukan industri kecantikan dengan menciptakan produk perawatan rambut khusus bagi perempuan Afrika-Amerika. Inovasi lainnya dalam dunia

kecantikan adalah ditemukannya maskara modern oleh Eugene Rimmel dari Perancis pada tahun 1834, yang kemudian menjadi salah satu produk utama dalam industri kecantikan global (Liputan6, 2023).

Di Indonesia, pertumbuhan *Beauty Wellness* Center semakin pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perawatan diri. Fasilitas ini tidak hanya berfokus pada kecantikan, tetapi juga mencakup program kesehatan holistik, seperti meditasi dan spa yang bertujuan untuk meningkatkan keseimbangan antara tubuh dan pikiran. Tren ini didukung oleh semakin banyaknya pusat kecantikan yang mengadopsi konsep *wellness* dalam layanannya (UGM Repository, 2014).

Dengan perkembangannya yang pesat, *beauty wellness* center telah bertransformasi dari praktik tradisional menjadi fasilitas modern yang menawarkan berbagai layanan kecantikan dan kesehatan. Konsep ini bertujuan untuk memberikan pengalaman perawatan yang lebih menyeluruh untuk meningkatkan kualitas hidup penggunanya (Law Insider, n.d.; Liputan6, 2023; UGM Repository, 2014).

2.1.1. Spa & Relaksasi

Relaksasi adalah upaya untuk mengurangi tingkat ketegangan pada pikiran dan tubuh. Ini merupakan teknik yang bermanfaat untuk membuat tubuh menjadi lebih rileks dan mengurangi stres yang apabila tidak diatasi dengan cepat dapat memicu *anxiety* dan depresi. (*Good Theraphy*, 2019). Dari definisi tersebut, relaksasi memiliki banyak manfaat baik untuk kesehatan fisik maupun mental. Selain itu relaksasi juga dapat membantu membebaskan pikiran dari distraksi dan menghilangkan ketegangan pada otot tubuh yang menyebabkan rasa sakit dimana masalah kesehatan tersebut dapat bertambah buruk karena adanya stres.

Relaksasi juga merupakan teknik yang dapat membantu mengurangi ketegangan baik di tubuh maupun pikiran. Teknik ini berguna untuk meredakan stres dan meningkatkan kesejahteraan fisik dan mental. Ini juga mengurangi ketegangan otot yang dapat menyebabkan rasa sakit dan masalah kesehatan lainnya. Salah satu bentuk relaksasi yang terkemuka adalah spa Korea, yang menggunakan teknik tradisional dan inovasi modern.

Kata "SPA" sebenarnya berasal dari bahasa Latin, yaitu *Salus Per Aquam*, yang berarti "Sehat Melalui Air" atau perawatan dengan memanfaatkan air sebagai media utama.

Air dipercaya memiliki efek menyegarkan bagi tubuh yang lelah, sehingga dapat membantu memulihkan keseimbangan dan kesehatan tubuh. Oleh karena itu, banyak jenis perawatan spa yang menggunakan air, seperti terapi gelombang air (*hydrotherapy*), terapi air panas (*thermotherapy*), mandi semprot dengan shower khusus, mandi bunga, serta mandi dengan rempah-rempah atau herbal yang berfungsi untuk merilekskan tubuh dan pikiran (Jumarani, L., 2013)

2.1.2. Korean Spa

Korea merupakan salah satu yang dikenal mempunyai relaksasi terbaik dan sangat memanjakan tubuh dan pikiran pelanggan melalui berbagai layanan Spa. Salah satunya merupakan *Jjimjilbang* yang merupakan pusat kebugaran tradisional Korea yang menyediakan berbagai layanan untuk relaksasi dan perawatan tubuh. Konsep ini berfokus pada pengalaman komunal, di mana pengunjung dapat menikmati fasilitas seperti sauna, kolam air panas, serta ruang istirahat yang dirancang untuk meningkatkan kesehatan fisik dan mental (iVisitKorea, n.d.).

A. Jenis-jenis perawatan di Korean Spa :
    a. Sauna dan Kolam Air Panas

       Korean Spa menawarkan berbagai jenis sauna dengan temperatur yang bervariasi, masing-masing memberikan manfaat kesehatan yang berbeda. Selain itu, terdapat pemandian air panas yang membantu mengendurkan otot dan mengeluarkan racun dari tubuh (iVisitKorea, n.d.).
    b. Eksfoliasi Tubuh Korea (*Seshin*)

       Perawatan ini merupakan metode eksfoliasi mendalam yang menggunakan kain khusus untuk mengangkat sel kulit mati, meningkatkan sirkulasi darah, serta membuat kulit rambut lebih lembut dan bercahaya (Sojo Spa Club, n.d.).
    c. Perawatan Kecantikan dan Kulit

       Layanan seperti *facial*, masker tubuh, dan terapi kecantikan lainnya ditawarkan untuk menjaga kesehatan serta penampilan kulit dan semua dari perawatan tersebut merupakan bagian penting dari rutinitas perawatan tubuh di *Korean Spa* (Sojo Spa Club, n.d.).
    d. Terapi Relaksasi

       Beberapa spa di Korea juga menyediakan pijat tradisional serta terapi batu panas yang berfungsi untuk meredakan ketegangan pada otot dan stres (Sojo Spa Club, n.d.).

B. Perbedaan Korean Spa dengan Spa Lainnya :

a. Konsep Komunal

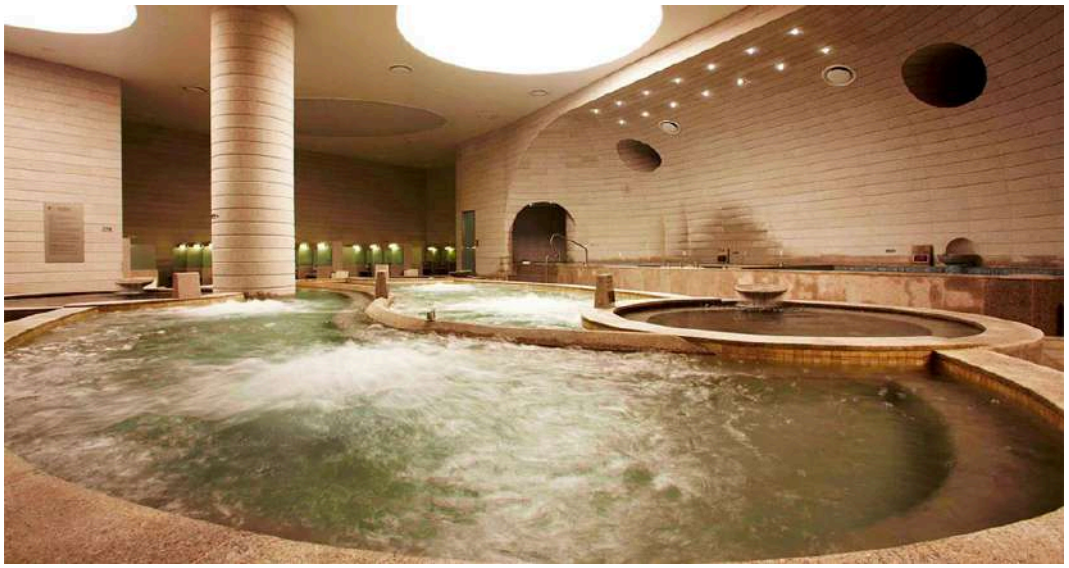
Berbeda dengan spa di negara Barat yang lebih menekankan privasi, *Korean Spa* lebih bersifat komunal di area berendam dan bersantai, memungkinkan interaksi sosial diantara para pengunjung sehingga menciptakan suasana yang lebih inklusif (Spa Onna, 2023).

b. Fokus pada Pembersihan Intensif

Salah satu keunikan dari *Korean Spa* adalah perawatan eksfoliasi tubuh yang mendalam seperti *seshin* yang ditemukan dalam spa Jepang yang berfokus pada pemandian air panas alami (*onsen*) maupun spa Barat yang menitikberatkan pada relaksasi personal (Spa Onna, 2023).

c. Kombinasi Tradisi dan Modernisasi

Korean Spa menggabungkan antara metode tradisional dengan fasilitas yang modern untuk memberikan pengalaman holistik yang menyeluruh bagi pengunjung (Spa Onna, 2023).



Gambar 2.1.2. *Jimjillbang*

Sumber : ongpohan.blogspot.com

Pada *Jimjillbang,* prosedur dimulai dengan tamu diminta untuk merendam dalam kolam mineral, yang dilakukan untuk membuka pori-pori dan meningkatkan sirkulasi darah. Setelah

itu, terapis melakukan pijat meridian yang fokus pada punggung, bahu, dan leher dan menggunakan kombinasi teknik tekanan, menggosok, dan meregangkan. Seringkali perawatan ini dikombinasikan dengan terapi herbal menggunakan semua bahan alami seperti masker lumpur atau balutan herbal yang membantu mencapai efek relaksasi yang lebih baik.

Perawatan spa Korea juga mencakup ritual tambahan seperti pengelupasan tubuh dengan garam laut dan melakukan akupresur yang bertujuan untuk mengelupas sel-sel kulit mati dari tubuh. Pada perancangan ini, *jimjillbang* akan dirancang sesuai dengan kondisi kebiasaan masyarakat Indonesia yang mengutamakan privasi di dalam tempat spa, maka *jimjillbang* akan dirancang secara terpisah per ruangan privat tersendiri.

2.1.3. Ruang Spa & Relaksasi

Ruang relaksasi secara umum dibagi menjadi 2 jenis, yaitu yang membolehkan adanya percakapan dalam ruangan dan juga yang menjaga keheningan. Tetapi, ruang relaksasi harus memiliki suasana yang tenang dan nyaman agar pengunjung dapat merilekskan tubuh, jiwa dan raga nya ketika berada di ruang relaksasi.

Salah satu Spa yang terkenal di Korea adalah *Sulwhasoo Spa* di Seoul. Spa ini menampilkan Desain Interior yang modern dan memadukan material kayu dengan sentuhan keramik tradisional Korea. Selain menyediakan jasa perawatan kulit yang menggunakan bahan-bahan alami, *Sulwhasoo Spa* mengutamakan pengalaman pengunjung dengan layanan khas seperti pijat tradisional yang menggabungkan filosofi perawatan tubuh dan keseimbangan energi. *Sulwhasoo Spa* berhasil menarik wisatawan domestik maupun internasional karena fokus pada layanan yang khas dan kualitas pada jasa pelayanan.



Gambar 2.1.3. Sulwhasoo Spa, Seoul

Sumber : www.sulwhasoo.com

Sedangkan *jimjilbang* adalah fasilitas tradisional yang menawarkan berbagai layanan untuk relaksasi dan perawatan tubuh. Konsep ini menekankan pengalaman komunal dimana pengunjung dapat menikmati berbagai fasilitas dalam suasana bersama (*Namhansouthkorea.com*, n.d.). Maka dari itu tata ruang pada ruang relaksasi dan *jimjilbang* harus diperhatikan dengan benar karena tidak digabung di ruang yang sama.

Spa Korea berakar dari kebiasaan mandi tradisional yang bertujuan untuk membersihkan tubuh dan memberikan efek penyegaran dan pemulihan. Dahulu, praktik ini hanya berfokus pada kebersihan tubuh tetapi, seiring waktu berkembang menjadi pusat relaksasi yang juga menjadi tempat bersosialisasi. Kini, *jimjilbang* modern memadukan unsur budaya tradisional dengan fasilitas canggih untuk menciptakan pengalaman relaksasi yang optimal (*Namhansouthkorea.com*, n.d.).

A. Elemen penting dalam ruang spa dan relaksasi Korea

a. Desain Interior yang Menggabungkan Unsur Tradisional dan Modern
   Kombinasi antara arsitektur khas Korea dengan elemen modern menciptakan suasana yang nyaman dan estetis. Material alami seperti kayu dan batu sering digunakan untuk menghadirkan nuansa hangat dan alami. Beberapa *jimjilbang* di Korea, seperti Sparex di Dongdaemun berhasil memadukan konsep sauna tradisional dengan konsep modern agar lebih menarik bagi masyarakat urban (*Creatrip.com*, n.d.).
b. Pencahayaan yang Lembut dan Relaksasi
   Penggunaan pencahayaan yang lembut dapat menciptakan atmosfer yang lebih menenangkan. Lampu dengan intensitas yang dapat diatur membantu menghadirkan suasana santai, sehingga pengunjung dapat merasakan pengalaman spa yang lebih nyaman dan mendukung efek rileks (*Arginuring.com*, 2023).
c. Aromaterapi dan Musik Latar
   Penggunaan wewangian alami dan suara latar yang menenangkan merupakan elemen paling penting dalam ruang spa. Aromaterapi dengan minyak esensial

tertentu dapat membantu mengurangi stres dan menciptakan suasana yang lebih rileks, sementara musik latar dapat meningkatkan pengalaman spa secara keseluruhan (*Rumahindustrial.com*, n.d.).

d. Fasilitas Komunal untuk Interaksi Sosial

Salah satu perbedaan antara *Korean Spa* dengan spa lainnya adalah adanya area komunal dimana pengunjung dapat bersosialisasi sambil menikmati sauna dan kolam air panas. Konsep ini mencerminkan budaya Korea yang menekankan kebersamaan dengan interaksi sosial dalam lingkungan yang nyaman (*Namhansouthkorea.com*, n.d.).

e. Perawatan Eksfoliasi Khas Korea (*Seshin*)

Salah satu perawatan khas yang membedakan spa Korea dengan spa lainnya adalah senshin, yaitu metode eksfoliasi tubuh yang menggunakan kain khusus untuk mengangkat sel kulit mati. Teknik ini dapat membantu meningkatkan sirkulasi darah serta membuat kulit lebih halus dan cerah. Perawatan ini menjadi daya tarik utama *jimjilbang* karena manfaatnya yang signifikan dalam menjaga kesehatan kulit (*Fimela.com*, 2023).

B. Fasilitas umum yang dapat mendukung dan meningkatkan fasilitas pengguna

a. Area Sauna dan Kolam Air Panas

Fasilitas ini merupakan inti dari Spa di Korea yang menawarkan berbagai jenis sauna dengan suhu yang berbeda serta kolam air panas untuk relaksasi dan detoksifikasi tubuh. (Klook, 2023, 5 *Best Beauty Treatments and Spas to Try in Korea*)

b. Ruang Terapi dan Pijat

Menyediakan layanan pijat tradisional Korea serta terapi lainnya yang bertujuan untuk meredakan ketegangan otot dan meningkatkan sirkulasi darah (Klook, 2023, 5 *Best Beauty Treatments and Spas to Try in Korea*).

c. Ruang Bilas

Fasilitas ini digunakan oleh pengunjung sebelum dan sesudah melakukan treatment, sauna, dan kolam air panas (SpaFinder, 2021, *What to Expect From a Korean Spa Experience*)

d. Ruang Ganti dan Loker

Menjamin kenyamanan dan keamanan barang pribadi pengunjung selama menikmati layanan spa (Neliti, 2014, *Perancangan Interior Woman Health and Beauty Center* di Surabaya)

e. Ruang Hair Dryer

Fasilitas bersama untuk mengeringkan rambut dan berdandan setelah bilas.

C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kenyamanan dan Ketenangan dalam Ruang Spa dan Relaksasi

a. Warna

Pemilihan warna dalam ruang spa berperan penting dalam menciptakan suasana yang nyaman dan mendukung suasana rileks bagi pengunjung. Warna-warna dengan nuansa lembut dan monokromatik sangat dianjurkan untuk menghindari efek psikologis negatif. Warna monokromatik membantu menciptakan suasana yang lebih tenang karena minimnya variasi yang dapat menstimulasi pikiran secara berlebihan (Lilly, 2010 *The Practical Book of Colour Therapy*).

Penelitian oleh Anastasha O. Zein, Tamara, dan Kheraunnisa (2013) membandingkan dua ruang spa dengan komposisi warna yang berbeda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ruang dengan warna hangat seperti kuning, merah, dan coklat menciptakan suasana tenang, membangkitkan semangat, serta membantu melancarkan tekanan darah untuk penyembuhan psikis. Sebaliknya, ruang spa dengan warna ungu, biru, dan hijau cenderung menciptakan suasana yang lebih dingin dan tegang, yang kurang berdampak positif bagi kondisi psikologis pengunjung.

Sedangkan menurut dari Pallasmaa, J. (2005) warna netral seperti putih, *beige,* dan *soft grey* memberikan kesan bersih, luas, dan modern tetapi tetap perlu dipadukan dengan pencahayaan yang sesuai untuk menghindari kesan steril yang berlebihan dengan menggunakan lampu warm white atau kuning.

Dari teori ini, dapat disimpulkan bahwa ruang spa dengan warna hangat seperti kuning, merah, dan coklat mampu memberikan kesan hangat dan

tenang serta memiliki efektivitas dalam melancarkan tekanan darah, mendukung proses penyembuhan psikologis pengunjung. Sebaliknya, spa dengan warna ungu, biru, dan hijau memberikan kesan dingin yang kurang efektif dalam memenuhi kebutuhan psikologis pengunjung. Berdasarkan teori tersebut, penerapan warna dalam ruang spa sebaiknya menghindari warna-warna dingin yang cenderung kurang menciptakan kesan hangat dan nyaman.

b. Pencahayaan

Cahaya memiliki pengaruh besar terhadap suasana dan tingkat relaksasi seseorang. Pencahayaan dengan intensitas rendah lebih dianjurkan dibandingkan cahaya terang yang dapat meningkatkan ketegangan. Selain itu, pencahayaan alami juga memiliki manfaat positif dalam meningkatkan suasana hati dan juga kesejahteraan pengunjung (Wan et al., 2009).

Pengaplikasian warna dan dinamisme dari cahaya yang dikeluarkan oleh sumber penerangan tersebut. Seperti yang diterangkan dalam artikel *The Influence of Lighting Color and Dynamics on Atmosphere Perception and Relaxation oleh S. H. Wan, J. Ham, D. Lakens, J. Weda*, dan *R. Cuppen2* (2009), didalam beberapa penelitian mereka mengemukakan bahwa dinamisme pencahayaan dengan perubahan yang lambat namun jelas dapat berpengaruh pada perubahan persepsi atmosfer dan relaksasi secara umum, sebuah lingkungan dapat menghilangkan tingkat stres yang ada didalamnya dan meningkatkan keefektifitasan dalam memfasilitasi penanggulangan stres (Ulrich, 1991).). Ulrich (1991) menyatakan bahwa lingkungan fisik dapat mewadahi distraksi positif, layaknya sebuah musik di rumah sakit, yang membawa perasaan positif dan menangkap atensi dan keingintahuan tanpa menekan individu, dan selanjutnya dapat membendung dan mengurangi keresahan pikiran.

c. Penghawaan

Sistem ventilasi dan penghawaan yang baik penting dalam mendukung kenyamanan ruang spa. Penggunaan sistem pendingin udara (AC) sentral yang dilengkapi dengan filter HEPA direkomendasikan untuk menjaga kebersihan

udara serta memastikan suhu ruangan tetap stabil. Suhu ideal untuk ruang relaksasi berada diantara 22-25°C, sementara ruang sauna dan uap biasanya diatur pada suhu sekitar 30-40°C untuk memberikan manfaat yang optimal bagi tubuh (ASHRAE, 2017). Selain itu, tingkat kelembaban yang disarankan berkisar antara 50-60% untuk meningkatkan kenyamanan dan mendukung keseimbangan tubuh selama terapi spa (Heerwagen, 2000). Ventilasi alami juga dapat diaplikasikan di area tertentu, seperti ruang tunggu untuk memastikan sirkulasi udara yang lebih baik dan menciptakan suasana yang lebih segar (Ulrich, 1991).

d. Aromaterapi

Aromaterapi merupakan salah satu elemen penting dalam menciptakan suasana rileks yang lebih mendalam di ruang spa. Minyak esensial tertentu dapat memberikan efek terapeutik seperti mengurangi stres, meningkatkan suasana hati, dan memperbaiki kualitas tidur. Lavender diketahui memiliki efek menenangkan dan dapat membantu meningkatkan kualitas tidur, sedangkan peppermint mampu membantu memberikan efek segar serta dapat meningkatkan konsentrasi (Herz, 2009). Selain itu, sandalwood sering digunakan untuk menciptakan suasana yang lebih tenang dan mendukung meditasi sementara chamomile memiliki sifat menenangkan serta anti-inflamasi. Penggunaan diffuser atau lilin aromaterapi yang mengandung kombinasi minyak esensial dapat semakin meningkatkan efek rileks bagi pengunjung spa (Lai & Good, 2006).

e. Musik dan Suara Alam dalam Spa

Aspek auditori juga memainkan peran penting dalam menciptakan atmosfer yang menenangkan di ruang spa. Musik dengan tempo lambat seperti musik instrumental atau suara alam telah terbukti mampu membantu menurunkan tingkat stres serta meningkatkan rasa tenang. Efek menenangkan juga dapat didapatkan dari suara-suara alami seperti gemericik air, hujan yang turun, atau suara burung berkicau yang dapat memperkuat pengalaman meditasi serta relaksasi (Lai & Good, 2006). Selain itu, musik tradisional juga sering digunakan dalam terapi spa karena memiliki ritme yang menenangkan dan dapat membantu meningkatkan kesadaran tubuh serta keseimbangan mental.

2.2. *Beauty Salon*

Konsep salon kecantikan selah ada sejak zaman peradaban kuno, tetapi istilah "*beauty salon*" dalam bentuk modern pertama kali muncul di Prancis pada abad ke-17. Kata "salon" berasal dari bahasa Perancis yang berarti ruang berkumpul untuk diskusi sosial dan budaya (Taylor, 1999, *The Social History of Beauty*). Pada masa itu, wanita bangsawan sering mengadakan pertemuan untuk merias diri dengan bantuan ahli kosmetik. *Salon* kecantikan mulai berkembang pesat di Eropa dan Amerika pada abad ke-19 disaat teknologi dan inovasi dalam perawatan kecantikan semakin maju. Saat ini, Korea Selatan menjadi salah satu pusat industri kecantikan terbesar di dunia dengan tren *K-Beauty Salon* yang menggabungkan inovasi teknologi, bahan alami, serta filosofi perawatan kulit yang lebih menyeluruh.

Beauty salon adalah tempat yang menyediakan berbagai layanan perawatan untuk meningkatkan estetika dan kesehatan tubuh khususnya rambut, kulit, kuku dan wajah. Menurut Halim (2001), pusat perawatan kecantikan atau *beauty care center* adalah fasilitas yang memberikan pelayanan perawatan kesehatan kulit, rambut dan tubuh menggunakan metode kosmetik yang dapat dilakukan secara manual, preparatif, aparatif, maupun dekoratif baik dengan teknik modern maupun tradisional tanpa melibatkan prosedur bedah atau operasi. Sementara itu Kusumadewi (2001) menjelaskan bahwa salon kecantikan merupakan tempat yang menyediakan layanan perawatan rambut dan kulit dengan metode yang serupa.

Dalam perkembangannya, salon kecantikan tidak hanya berfokus pada estetika tetapi juga pada relaksasi dan kesejahteraan. Konsep ini dikenal dengan istilah *beauty & wellness* yang menggabungkan perawatan kecantikan dengan terapi relaksasi seperti spa, pijat, aromaterapi, serta perawatan berbahan alami (Smith & Chang, 2015, *Journal of Beauty & Wellness*).

Fasilitas *Beauty Salon* & Spa yang disediakan dalam perancangan *Korean Wellness Center* yaitu:

A. *Scalp Scaling Treatment*: Berfokus pada pembersihan yang mendalam pada kulit kepala yang berguna untuk menghilangkan ketombe, minyak berlebih, dan kotoran yang ada di kulit kepala (Lee et al., 2018, *International Journal of Trichology*).

B. *Keratin Protein Treatment*: Mengandung protein keratin yang berguna untuk memperbaiki rambut yang kering, rusak dan bercabang (Farwick et al., 2011, *Journal of Cosmetic Dermatology*).
C. *Korean Hair Spa*: Perawatan relaksasi yang mencakup pijatan di kulit kepala, aromaterapi dan penghidrasian rambut menggunakan bahan alami seperti ginseng dan teh hijau (Kwon et al., 2014, *International Journal of Molecular Sciences*).
D. *Volume Magic Perm*: Perawatan rambut dengan guna memberikan efek rambut yang bervolume alami dengan teknik khas dari Korea (Kim, 2019, *Korean Journal of Cosmetology*).
E. *Botox Hair Treatment*: Perawatan inovatif untuk rambut yang rusak dengan menggunakan campuran vitamin, protein rambut, dan pelembab untuk mengembalikan elastisitas dan kilau alami dari rambut (Gonzalez et al., 2017, *International Journal of Trichology*).
F. *Korean Haircut*: Pemotongan rambut dengan teknik yang berbeda dengan teknik potong rambut lainnya (Choi, 2020, *Korean Beauty Trends*).
G. Korean Hair Styling: Penataan rambut khas Korea dengan gaya effortless (Kim & Park, 2021, *Asian Journal of Beauty Science*).
H. *Korean Nail Art, Manicure, and Pedicure*: Penghiasan kuku, membersihkan kuku secara *detail* dari kutikula sampai pembentukan kuku (Lee, 2018, *Journal of Fashion & Beauty*).
I. *Korean Eyelash Extension*: Teknik perpanjangan bulu mata yang berasal dari Korea, dikenal dengan hasil yang natural, ringan, dan tahan lama (Yamashita et al., 2020, *Journal of Cosmetic Science*)

2.2.1. Ruang *Hair Salon*

Kebutuhan ruang salon berbeda berdasarkan jenis salon. Salon kecantikan diklasifikasikan berdasarkan kewenangan dan persyaratan minimal yang dimiliki, yaitu : Tipe Pratama, Tipe Madya dan Tipe Utama (Peraturan Direktur Jenderal Bina Gizi Kesehatan Ibu dan Anak 2011).

A. Standar layanan dan persyaratan yang harus dipenuhi:

1. Salon Pratama
    a. Menawarkan jasa layanan dasar, seperti pemotongan rambut, pengeringan, dan perawatan rambut sederhana.
    b. Tidak membutuhkan tenaga kerja bersertifikasi.

c. Berukuran kecil dengan fasilitas yang terbatas.

2. Salon Madya
    a. Menyediakan layanan yang lebih beragam seperti pewarnaan rambut, perawatan rambut intense, dan hair spa.
    b. Tenaga kerja harus memiliki sertifikasi keterampilan dalam bidang kecantikan.
    c. Standar kebersihan dan sanitasi harus dipenuhi dengan baik.

3. Salon Utama
    a. Memiliki pelayanan kecantikan yang lebih lengkap, termasuk penataan rambut (hair styling, hair spa, hair perm), perawatan kuku (manicure, pedicure, nail art), serta perawatan bulu mata (eyelash extension dan lash lift).
    b. menggunakan tenaga profesional yang memiliki sertifikasi resmi di bidang kecantikan.
    c. Harus memenuhi standar yang lebih ketat dalam desain ruang, kebersihan serta sistem operasional salon.

Pada *Korean Wellness Center* ini akan menggunakan salon tipe Utama yang menyediakan jasa tata kecantikan rambut, seperti *hair styling, hair cut, hair spa, hair perm,* dan juga *hair treatment* lainnya, perawatan kuku seperti *nail art*, *pedicure*, *manicure* dan pemasangan *eyelash extension* serta *lash lift*. Total kebutuhan ruang ini akan digunakan untuk menghitung luas ruangan yang diperlukan sebagai lokasi perancangan salon.

B. Tata Ruang *Hair Salon*

Berikut merupakan penerapan tata ruang, pencahayaan, dan material yang akan diterapkan pada *Hair Salon Korean Beauty Wellness Center:*

1. Layout dan Tata Ruang
    a. Menyediakan kursi salon yang ergonomis dengan fitur *adjustable* untuk kenyamanan pelanggan dan efisiensi kerja penataan rambut (Peters, M. 2015. *Salon Design & Ergonomics*).

b. Mengatur stasiun kerja dengan meja dan cermin yang memiliki pencahayaan optimal untuk membantu proses penataan rambut (Smith, L. 2018. *Lighting Strategies for Beauty Salons*).
c. Menggunakan rak atau kabinet terbuka dan lemari penyimpanan tertutup untuk menata alat styling seperti hair dryer, catokan, sisir agar tetap rapi dan mudah dijangkau (Henderson, B. 2019. *Beauty Salon Organization Tips*).
d. Menyediakan area cuci rambut dengan kursi yang memiliki sandaran kepala dan wastafel yang ergonomis untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan (Gibson, J. 2020. *Salon Sink and Shampoo Station Design*).

2. Pencahayaan dan Ventilasi
    a. Menggunakan pencahayaan kombinasi antara ambient lighting dan task lighting untuk memastikan area kerja terang dan bebas bayangan saat melakukan perawatan dan penataan rambut (Sloan, K. 2017. *Salon Lighting Guide for Professionals*).
    b. Menyediakan sistem ventilasi dan penyaringan udara yang efektif untuk mengurangi bau bahan kimia dari produk perawatan (OSHA (Occupational Safety and Health Administration), 2021. *Hair Salon Ventilation Standards*).

3. Material dan Kebersihan
    a. Menggunakan lantai berbahan tahan air dan anti-slip untuk mencegah kecelakaan akibat tumpahan air atau produk perawatan rambut (Goodrich, R. 2013. *Salon Safety & Flooring Standards*).
    b. Mengaplikasikan material dinding yang tahan terhadap kelembaban dan mudah dibersihkan agar kebersihan salon tetap terjaga (OSHA, 2021. *Salon Hygiene & Maintenance Regulations*).
    c. Menyediakan alat sterilisasi seperti UV sterilizer atau desinfektan untuk menjaga kebersihan gunting, sisir, dan alat styling lainnya sesuai standar kesehatan (CDC (Centers for Disease Control and Prevention), 2020. *Best Practices for Salon Sanitation*)

2.2.2. Ruang *Nail Salon* dan *Eyelash Area*

Ruang *Nail Salon* dan *Eyelash Area* harus dirancang dengan memperhatikan kenyamanan pelanggan, ergonomi, kebersihan, pencahayaan, serta sirkulasi udara yang

optimal. Selain itu, perancangan pada ruang ini harus mempertimbangkan standar kesehatan untuk menghindari resiko infeksi dan kontaminasi dari peralatan kecantikan. Beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam perancangan ruang Hair Salon, Nail salon & Eyelash Extension Area meliputi :

A. Nail Salon

1. *Layout* dan Tata Ruang

   Tata ruang dalam *nail salon* dirancang dengan memberikan pengalaman yang nyaman bagi pelanggan serta memudahkan teknisi dalam bekerja, Menurut Goodrich, R. (2013) dalam *Nail Salon Design Guidelines*, beberapa aspek utama dalam perancangan tata ruang nail salon meliputi:

   a. Menyediakan meja manicure yang ergonomis untuk teknisi dan pelanggan.
   b. Memastikan kursi manicure yang dipakai merupakan kursi yang cukup nyaman untuk diduduki berjam-jam dengan sandaran tangan yang mendukung postur tubuh
   c. Menggunakan rak atau display terbuka untuk memajang koleksi cat kuku dan alat manicure lainnya
   d. Menyediakan zona steril untuk menjaga kebersihan alat-alat manicure (*OSHA, 2018*).

2. Pencahayaan dan Ventilasi

   a. Menggunakan pencahayaan task lighting pada lampu meja untuk meningkatkan akurasi saat mengaplikasikan cat kuku contohnya lampu LED dengan cahaya warm white 3500-4000K.
   b. Menyediakan sistem sirkulasi udara yang baik untuk mengurangi bau bahan kimia dari cat kuku dan pembersihnya sehingga tidak mengganggu kenyamanan pengguna (Sloan, K. (2017). *Nail Salon Safety & Ventilation Guidelines*).

3. Material dan Kebersihan

   a. Menggunakan lantai anti-slip untuk mencegah kecelakaan akibat tumpahan cairan.
   b. Mengaplikasikan material dinding yang mudah dibersihkan dan tahan terhadap bahan kimia (*OSHA (Occupational Safety and Health Administration) Nail Salon Safety Regulations*).

B. *Eyelash Area*

1. Kenyamanan dan Ergonomi

   Dalam desain eyelash area, kenyamanan pelanggan sangat penting karena prosedur pemasangan bulu mata membutuhkan waktu yang cukup lama. Menurut Barber, C. (2018) dalam *The Eyelash Extension Professional's Guidebook*, beberapa faktor ergonomi yang perlu diperhatikan meliputi:

   a. Menggunakan kursi atau tempat tidur khusus dengan sandaran yang dapat diatur untuk kenyamanan pelanggan.
   b. Menyediakan bantal leher dan alas kaki untuk meningkatkan relaksasi selama prosedur pemasangan bulu mata.
   c. Menempatkan cermin dengan pencahayaan optimal agar teknisi dapat bekerja lebih akurat (Barber, C. (2018). *The Eyelash Extension Professional's Guidebook*).

2. Pencahayaan dan Pengaturan Suasana
   a. Menggunakan lampu LED dengan cahaya putih netral (4000K - 5000K) agar warna lem dan bulu mata terlihat jelas.
   b. Menciptakan suasana relaksasi dengan musik lembut dan pencahayaan *ambient* yang tidak menyilaukan mata pelanggan.
   c. Menyediakan tirai atau partisi ringan untuk menciptakan privasi antar pelanggan *(International Association of Eyelash Artists (IAEA) Guidelines)*.
3. Kebersihan dan Kesehatan Mata
   a. Menyediakan alat steril dan pembersih khusus untuk menghindari infeksi mata.
   b. Memastikan teknisi memakai sarung tangan dan masker selama proses pemasangan bulu mata (*FDA (Food and Drug Administration) Guidelines for Eyelash Extensions)*.

2.3. *Beauty Clinic*

Beauty Clinic merupakan sebuah klinik yang menawarkan jasa pelayanan dermatologi serta estetika untuk meningkatkan kesehatan dan kecantikan kulit. . Dermatologi berasal dari bahasa Yunani : “derma” yang berarti kulit dan merupakan cabang ilmu kedokteran yang mempelajari struktur, fungsi, serta perawatan kulit dan bagian-bagian yang berhubungan

dengan kulit rambut, kuku, kelenjar, keringat, dan lain sebagainya. (*Draelos, Z.D., 2011, *Cosmetic Dermatology: Principles and Practice*). Jadi, dapat disimpulkan, klinik kecantikan adalah sebuah klinik yang menawarkan pelayanan jasa di bidang perawatan kesehatan dan kecantikan kulit, rambut, kuku, dan lainnya.

Klinik kecantikan yang sekarang banyak dijumpai di sekitar wilayah ibukota adalah klinik kecantikan yang mengkombinasikan pelayanan kecantikan wajah maupun tubuh, dan konsultasi kesehatan kulit. Produk perawatan dari klinik kecantikan yang sudah dikenal secara umum adalah *facial*. Perawatan *facial* adalah sebuah prosedur yang melibatkan berbagai perawatan kulit, yaitu penguapan, pengelupasan, ekstraksi, krim, *lotion*, dan penggunaan masker. (Wibowo & Pandu, 2013).

Konsep klinik kecantikan telah berkembang sejak zaman kuno, khususnya dalam peradaban Mesir, Yunani, dan Romawi dimana ritual perawatan kulit dan kecantikan telah menjadi bagian dari budaya. Seiring dengan perkembangan ilmu kedokteran, bidang dermatologi mulai mendapatkan perhatian dan berkembang pada abad ke-19 dengan berbagai penelitian ilmiah tentang kulit dan kosmetik medis (*Fisher, G.J., 2014, *History of Dermatology and Cosmetology*).

Pada abad ke-20, inovasi dalam dunia kecantikan mulai berkembang pesat terutama dengan ditemukannya teknologi laser dan *botox* yang mengubah industri kecantikan secara signifikan. Klinik kecantikan berbasis medis mulai mendapatkan popularitas di Eropa dan Amerika Serikat sejak tahun 1970 dan 1980 an yang sebelum akhirnya berkembang secara global termasuk di Asia. Korea Selatan menjadi salah satu negara yang memimpin industri kecantikan dengan tren *K-Beauty* dengan penawaran perawatan kulit berbasis teknologi tinggi (*Park, J.H., 2020, *K-Beauty and the Global Beauty Industry*).

Fasilitas yang disediakan dalam klinik kecantikan yang akan dirancang yaitu :

1. *Korean Basic facial* : 6 step *basic facial* yang dilengkapi dengan ekstraksi komedo, masker *peel off* untuk mencerahkan wajah dan kulit yang bersih serta sehat (*Wibowo & Pandu, 2013*).
2. Perawatan kulit berjerawat dan bekas jerawat : perawatan khusus untuk meredakan inflamasi jerawat, mematikan kuman penyebab jerawat, dan menyamarkan bekas jerawat (Tosti, A., 2019, *Acne Scars and Treatments*).

3. Perawatan *skin pigmentation (Korean Peel Facial)* : perawatan khusus untuk mencerahkan kulit wajah, menyamarkan warna kulit yang tidak merata, flek hitam dengan pilihan produk *skincare* yang ada (Glogau, R.G., 2018, *Hyperpigmentation Treatment Strategies*).
4. Perawatan pengencangan kulit *(Korean Tightening Facial)* : perawatan khusus untuk mengatasi keluhan kulit kendur dan mengencangkan kulit wajah dengan menggunakan peralatan teknologi tinggi dan krim wajah (Alster, T.S., 2020, *Non-Surgical Skin Tightening Treatments*).
5. Perawatan kulit sensitif *(Korean Sensitive Facial)* : perawatan khusus untuk mengatasi kulit iritasi, terkelupas, kemerahan, kering, terbakar matahari, dan sensitif (Draelos, Z.D., 2021, *Sensitive Skin and Its Management*).
6. *Face Hair Removal* : perawatan yang dilakukan oleh dokter dalam mengatasi rambut yang tidak diinginkan pada pasien, misalnya rambut diatas bibir (Gold, M.H., 2019, *Laser and Light-Based Hair Removal*).

2.3.1. Ruang *Beauty Clinic*

Ruang perawatan kecantikan dan kesehatan kulit tidak hanya digunakan untuk perawatan satu kali, tetapi juga untuk perawatan berkala. Dalam perancangan ruang *Beauty Clinic*, perlu diperhatikan dan pertimbangan dimensi ruang yang cukup luas agar dapat menampung beberapa pasien secara bersamaan. Pasien dapat dipisahkan dengan menggunakan partisi ringan dan sekat sederhana untuk menjaga privasi pasien dan dokter atau ahli perawatan dapat menangani lebih dari satu pasien dalam satu waktu dengan efisien. Berikut merupakan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam merancang ruang *beauty clinic* :

Menurut Lim (2013), terdapat beberapa persyaratan umum dalam merancang elemen interior klinik, yaitu :

1. Dinding Interior

   Dinding dalam klinik harus mengutamakan aspek kesehatan dengan menggunakan bahan *finishing* dan sistem konstruksi yang mudah dibersihkan serta tidak mudah menampung debu dan kotoran serta mempunyai sifat kedap suara untuk menjaga privasi pelanggan.
2. Lantai Interior

Sebagai elemen dasar dalam ruang, lantai harus dipilih dengan mempertimbangkan faktor keamanan. Penggunaan bahan lantai yang licin perlu dihindari untuk mencegah resiko terpeleset dan terjatuh.

3. Bahan Plafon

   Material yang sebaiknya digunakan sebagai penutup atap bagian ruangan adalah material yang memiliki sifat kedap suara dan tahan terhadap panas serta kebakaran. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan, menjaga privasi, dan memastikan keamanan dalam bangunan.

Fasilitas pendukung dalam ruang perawatan kecantikan dan kesehatan kulit umumnya meliputi beberapa aspek berikut :

1. Fasilitas Perawatan : Meliputi tempat tidur yang dapat berfungsi sebagai kursi tidur, furnitur tambahan untuk menyimpan dan meletakkan peralatan perawatan, serta tempat penyimpanan khusus untuk alat dan produk perawatan kecantikan serta kesehatan kulit.
2. Fasilitas Keamanan : Meliputi sistem perlindungan dan potensi bahaya berupa pengamanan dari bahaya kebakaran
3. Fasilitas Audio Visual : Fasilitas dengan tujuan untuk meningkatkan kenyamanan pasien selama menunggu perawatan selesai.
4. Peralatan Mobilitas : Rak dorong untuk peralatan perawatan sehingga memudahkan pergerakan alat di dalam ruangan (media.neliti.com).

2.4. Desain Interior

Desain interior adalah ilmu yang bertujuan membuat manusia sebagai pengguna sebuah ruangan dapat beraktivitas dengan lebih efektif serta nyaman di sana. Untuk mencapainya, desain interior harus mempertimbangkan sejumlah unsur seperti warna, pola, ukuran, dan lainnya. (*Simon Dodsworth, The Fundamentals of Interior Design 2009*). Salah satu aspek penting dari Desain Interior adalah ergonomi. Ergonomi dalam Desain Interior dapat juga diartikan sebagai pengaruh suatu pekerjaan terhadap kenyamanan pekerja. Poin-poin penting dari ergonomi mencakup antropometri, pencahayaan, penghawaan dan warna.

A. **Antropometri** berasal dari kata lain yaitu "*Anthropos*" yang berarti manusia dan "Metron" yang berarti pengukuran, dengan demikian antropometri mempunyai arti sebagai pengukuran tubuh manusia (Bridger, 1995). Antropometri menurut Nurmianto (1991) adalah satu kumpulan data numerik yang berhubungan dengan karakteristik fisik tubuh manusia ukuran, bentuk dan kekuatan serta penerapan dari data tersebut untuk penanganan masalah desain. Sedangkan Sanders and Mc. Cormick (1987) menyatakan bahwa antropometri adalah pengukuran dimensi tubuh atau karakteristik fisik tubuh lainnya yang relevan dengan desain tentang sesuatu yang dipakai orang. Dengan mengetahui ukuran dimensi tubuh pekerja, produk dan stasiun kerja yang sesuai dengan dimensi tubuh pekerja akan menciptakan kenyamanan, kesehatan, dan keselamatan dalam bekerja.

B. **Pencahayaan** merupakan elemen esensial yang berperan besar dalam menunjang berbagai aktivitas manusia di dalam ruang. Penerapan pencahayaan yang kurang optimal dapat mengganggu kenyamanan, menghambat produktivitas,dan bahkan menimbulkan gangguan pada kesehatan mata dalam jangka panjang. Oleh karena itu, perencanaan pencahayaan dalam suatu ruangan atau bangunan harus diperhatikan fungsi utama serta kebutuhan spesifik pengguna agar tercipta suasana yang nyaman dan mendukung aktivitas dengan baik.

   Selain fungsinya dalam menerangi, pencahayaan juga memiliki peran penting dalam aspek interior. Dengan mempertimbangkan jenis cahaya, warna, dan bentuk pencahayaan, penempatan titik cahaya, serta teknik pencahayaan yang digunakan, sebuah ruangan dapat memiliki suasana dan karakter yang berbeda. pemilihan pencahayaan yang tepat mampu memperkuat identitas visual ruangan sekaligus menciptakan pengalaman ruang yang lebih emosional dan menyenangkan bagi penggunanya.

   Pencahayaan terbagi menjadi pencahayaan alami yaitu sinar matahari dan menurut Rees dalam bukunya yang berjudul *Lighting Styles* tahun 1999, tipe-tipe pencahayaan buatan yaitu :

➢ *Ambient Lighting* atau *General Lighting*

Merupakan pencahayaan yang paling umum dan berasal dari sumber cahaya yang memiliki kapasitas cukup besar dan sinarnya mampu menerangi secara keseluruhan ruang interior.

➢ *Task Lighting*

Merupakan pencahayaan yang bertujuan untuk mempermudah memperjelas suatu pekerjaan yang bersifat spesifik. Biasanya dilakukan dalam sebuah ruang seperti bekerja dan menulis. Jenis pencahayaan ini dikatakan baik apabila dapat memperjelas pandangan, tidak membuat mata lelah dan membantu untuk lebih fokus terhadap aktivitas yang dilakukan.

➢ *Accent Lighting*

Merupakan jenis pencahayaan yang bertujuan untuk mengekspos suatu area tertentu atau benda tertentu yang tidak mempunyai fungsi yang perlu ditunjukan seperti menerangi suatu objek seperti lukisan, benda seni, rak, dan sebagainya. Dalam lingkup interior jenis pencahayaan ini lebih banyak dipakai untuk memunculkan unsur estetika daripada unsur fungsional sebagai alat penerangan.

➢ *Decorative Lighting*

Selain berfungsi untuk menerangi sebuah ruangan jenis pencahayaan ini juga berguna sebagai unsur dekoratif dalam tatanan ruang interior. Hal ini bisa dilihat dari bentuk-bentuk jenis pencahayaan ini. Biasanya memiliki desain yang memukau dan memiliki ukuran tertentu. Unsur estetika adalah daya tarik andalan dari jenis pencahayaan ini (Azis & Handoko, 2014).

Tabel 1 – Tingkat pencahayaan rata-rata, renderansi, dan temperatur warna yang direkomendasikan

Fungsi ruangan	Tingkat pencahayaan (Lux)	Kelompok renderasi warna	Temperatur warna		
			Warm <3300 Kelvin	*Warm white 3300Kelvin ~5300Kelvin*	*Cool Daylight > 5300Kelvin*
Rumah tinggal :					
Teras	60	1 atau 2	♦	♦	
Ruang tamu	150	1 atau 2		♦	
Ruang makan	250	1 atau 2	♦		
Ruang kerja	300	1		♦	♦
Kamar tidur	250	1 atau 2	♦	♦	
Kamar mandi	250	1 atau 2		♦	♦
Dapur	250	1 atau 2	♦	♦	
Garasi	60	3 atau 4		♦	♦
Perkantoran :					
Ruang resepsionis.	300	1 atau 2	♦	♦	
Ruang direktur	350	1 atau 2		♦	♦
Ruang kerja	350	1 atau 2		♦	♦
Ruang komputer	350	1 atau 2		♦	♦
Ruang rapat	300	1	♦	♦	
Ruang gambar	750	1 atau 2		♦	♦
Gudang arsip	150	1 atau 2		♦	♦
Ruang arsip aktif	300	1 atau 2		♦	♦
Ruang tangga darurat	150	1 atau 2			♦
Ruang parkir	100	3 atau 4			♦
Lembaga pendidikan :					
Ruang kelas	350	1 atau 2		♦	♦
Perpustakaan	300	1 atau 2		♦	♦
Laboratorium	500	1		♦	♦
Ruang praktek komputer.	500	1 atau 2		♦	♦
Ruang laboratorium bahasa.	300	1 atau 2		♦	♦
Ruang guru	300	1 atau 2		♦	♦
Ruang olahraga	300	2 atau 3		♦	♦
Ruang gambar	750	1		♦	♦
Kantin	200	1	♦	♦	
Hotel dan restauran :					
Ruang resepsionis dan kasir	300	1 atau 2	♦	♦	
Lobi	350	1	♦	♦	
Ruang serba guna	200	1	♦	♦	
Ruang rapat	300	1	♦	♦	
Ruang makan	250	1	♦	♦	
Kafetaria	200	1	♦	♦	
Kamar tidur	150	1 atau 2	♦		
Koridor	100	1	♦	♦	
Dapur	300	1	♦	♦	

Tabel 2.4. Tabel Tingkat Pencahayaan Dan Temperatur Warna

Sumber : https://www.scribd.com/document/398763894/Standar-Lux

C. **Penghawaan** merujuk pada upaya untuk memperbarui udara didalam suatu ruang, baik melalui sistem alami maupun buatan dengan pengaturan yang optimal guna menciptakan lingkungan yang sehat dan nyaman bagi penghuninya. Sistem penghawaan dirancang untuk menjaga kualitas udara dengan memastikan sirkulasi yang baik, sehingga udara di dalam ruangan tetap segar dan tidak tercemar. Pentingnya penghawaan terletak pada kemampuannya dalam mengurangi kelembapan udara akibat uap air, menetralisir bau, serta mengurangi konsentrasi gas karbon dioksida yang dapat berdampak negatif pada kesehatan. Menurut Suptandar (1982:150), volume udara segar yang dibutuhkan dalam suatu ruang sangat

bergantung pada aktivitas yang dilakukan di dalamnya. Semakin banyak jumlah penghuni atau intensitas kegiatan, maka kebutuhan akan udara segar pun semakin meningkat.

Penghawaan juga terbagi menjadi 2, yaitu alami dan buatan, penghawaan alami dapat memanfaatkan sistem *cross ventilation*. Sedangkan penghawaan buatan dapat bersumber dari kipas atau AC. Dalam pasaran umum kita mengenal 3 (tiga) jenis AC yaitu:

- ➢ *AC window*. Umumnya dipakai pada perumahan dan dipasang pada salah satu dinding ruang dengan batas ketinggian yang terjangkau dan penyemprotan udara tidak mengganggu pemakai.
- ➢ *AC central* biasa digunakan pada unit-unit perkantoran, hotel supermarket dengan pengontrolan atau pengendalian yang dilakukan dari satu tempat.
- ➢ *AC split* hampir sama bentuknya dengan *AC window*, bedanya hanya terletak pada konstruksi di mana alat kondensor terletak di luar ruang sehingga banyak disukai oleh karena kelembutan suara mesin yang tidak bising sehingga menjamin ketenangan.

D. **Warna** dalam dunia Desain Interior merupakan hal yang harus diperhatikan saat merancang sebuah ruangan, karena warna yang digunakan akan mempengaruhi pada citra tema yang diterapkan pada ruangan tersebut. Lebih dari sekedar elemen estetika, warna juga memiliki pengaruh psikologis terhadap penghuni ruang. Secara psikologis, warna mampu mempengaruhi alam bawah sadar manusia dan membentuk respon emosional tertentu. Misalnya, warna merah dikenal dapat membangkitkan semangat dan energi, sehingga sering digunakan untuk menciptakan suasana yang dinamis dan aktif. Sementara itu, warna biru dan hijau cenderung menimbulkan rasa tenang dan damai karena karakteristiknya yang memberikan efek relaksasi. Oleh sebab itu, pemahaman terhadap makna dan dampak warna sangat penting agar suasana ruang yang tercipta sesuai dengan fungsi dan tujuan perancangannya.



Gambar 2.4. *The Psychology of Colors*

Sumber : https://www.designsocialnorth.co.uk/journal/the-science-of-colour/

2.5. Konsep Desain Interior Pada *Korean Beauty Wellness Center*

Korean Beauty Wellness Center mencakupi konsep desain yang menggabungkan rasa nyaman, tenang dan dapat menghilangkan stres / penat bagi pengunjung. Elemen-elemen yang digunakan pada *Korean Beauty Wellness Center* seperti pengaturan tata ruang, pencahayaan, material, warna, dan furnitur akan menjadi kunci utama dalam menciptakan rasa nyaman, tenang dan dapat menghilangkan stres / penat di dalam perancangan ini. Beberapa poin-poin aspek tersebut mencakupi beberapa hal seperti :

A. Tata Ruang (Aksesibilitas dan Sirkulasi Ruang)

Berdasarkan SNI 03-1733-2004, *Wellness Center* wajib dapat diakses seluruh kalangan termasuk penyandang disabilitas. Lebar jalur sirkulasi minimal 1,2 meter. ramp memiliki maksimal 1:12 yang berarti setiap 1 satuan tinggi (vertikal), panjang ramp secara horizontal harus minimal 12 satuan. Tujuannya adalah agar ramp tidak terlalu curam dan bisa diakses dengan aman oleh pengguna kursi roda atau

penyandang disabilitas lainnya. Toilet difabel harus mengikuti standar ergonomis. Pintu dan koridor memiliki lebar minimal 90 cm, sedangkan area putar kursi roda minimal berdiameter 1,5 meter. Perabot dan perlengkapan di ruang resepsionis, toilet, dan ruang konsultasi dipasang pada ketinggian 80-120 cm dari lantai.

Tata ruang (*Spatial Planning*) dalam *Korean Beauty Wellness Center* dirancang agar menciptakan alur yang efisien, mendukung privasi pengguna, dan memberikan transisi yang alami antar zona. Dalam perancangan ini, alur sirkulasi yang nyaman juga menjadi poin utama sehingga pengguna dapat bergerak dengan leluasa dan nyaman.

Zonasi Ruang pada perancangan ini mencakupi :

1. Zona penyambutan *(Receptionist & Lounge Area)*

   Pada zona ini akan dirancang dengan konsep terbuka untuk memberikan kesan ramah dan mengundang pengunjung untuk datang dan dibuat serileks mungkin dengan kursi *lounge* yang empuk agar pengunjung mendapatkan kesan pertama yang baik.

2. *Zona Spa (Spa & Full Body Scrub Area)*

   Pada zona spa ini akan dirancang dengan tingkat privasi yang tinggi dengan memisahkan ruangan satu dengan yang lainnya menggunakan dinding atau partisi serta mengatur alur pergerakan yang baik sehingga menghindari ruang yang terasa sempit dan mengganggu kenyamanan pengunjung lain. Ventilasi udara pada zona ini juga akan dirancang dengan baik untuk memastikan sirkulasi udara tetap baik dan tidak pengap serta memperhatikan penggunaan furnitur yaitu tempat tidur spa yang empuk dan ergonomis untuk memberikan kenyamanan optimal.

3. *Nail & Beauty Salon (Hair, Nail and Eyelash Extension Area)*

   Pada area nail & beauty salon dibutuhkan pencahayaan yang optimal untuk pengerjaan kuku dan pemasangan bulu mata secara *detail* dengan menggunakan kombinasi cahaya yang natural dan *LED light* dengan suhu warna yang hangat. Furniture yang digunakan pada area ini juga memperhatikan ergonomi sehingga kursi yang dipilih harus memiliki sandaran yang nyaman untuk pengguna dan dapat memastikan pengguna tetap rileks selama menjalankan perawatan dengan waktu yang cukup lama.

4. *Beauty Clinic (Facial Treatment)*

Pada *Beauty Clinic* Area dibutuhkan privasi yang lebih sehingga menggunakan pemisah dengan partisi ataupun tirai untuk *basic facial* area adalah hal yang penting. Ventilasi udara pada area *beauty clinic* juga harus diperhatikan dengan mengatur penghawaan dengan cukup baik agar ruangan tidak pengap.

5. *Tea Cafe*

   Pada area *tea cafe* akan menampilkan konsep *zen* dan natural dengan menggunakan pencahayaan lembut dan hangat serta elemen air seperti mini fountain akan menciptakan suasana tenang pada area *tea cafe*.

B. Pencahayaan Buatan dan Alami

Pencahayaan pada *Wellness Cente*r dianjurkan untuk dirancang secara efisien dan sesuai dengan fungsi ruang, sebagaimana diatur dalam SNI 03-6197-2000. Ruang perawatan memerlukan intensitas cahaya sekitar 300-500 lux, sedangkan ruang relaksasi cukup dengan 150-200 lux untuk menciptakan suasana yang menenangkan. Pencahayaan alami didorong melalui penggunaan skylight atau kaca buram untuk menyalurkan cahaya sekaligus menjaga privasi di dalam ruangan.

Pencahayaan menjadi faktor penting dalam menciptakan suasana yang menenangkan di dalam *Korean Beauty Wellness Center* dan di setiap area memiliki pencahayaan yang berbeda sesuai dengan fungsinya yaitu :

1. *Receptionist & Lounge Area*
   - ➢ *Ambient lighting* : Lampu gantung dengan cahaya *warm white* (3000K) untuk memberikan kesan hangat dan tenang ketika pelanggan masuk ke area *receptionist*.
   - ➢ *Accent Lighting* : Cahaya tersembunyi seperti menggunakan *hidden LED light* di *backdrop* meja *receptionist* untuk mempertegas logo dan *branding* dari *Korean Beauty Wellness Center*.
2. *Spa & Beauty Clinic*
   - ➢ *Ambient light* : Menggunakan lampu redup dengan warna *warm white* (2700K) untuk menciptakan suasana tenang dan nyaman untuk pelanggan spa selama melakukan *treatment*.

- ➢ *Task Lighting* : Menggunakan cahaya lembut pada meja perawatan untuk memudahkan terapis bekerja tanpa mengganggu kenyamanan pelanggan.
- ➢ *Accent Lighting* : Pencahayaan lembut di sekitar tanaman *indoor* dan dinding tekstur untuk menambahkan kesan alami pada ruangan.

3. *Nail & Beauty Salon*
   - ➢ *Task Lighting* : Menggunakan cahaya *warm white* (3000-3500K) di area kerja untuk mendukung ketelitian pekerja dalam mengerjakan *eyelash extension* dan *nail art*.
   - ➢ *Accent Lighting* : Penggunaan lampu *LED* di sekitar cermin untuk efek mendukung efek estetika dan pencahayaan yang fungsional.
4. *Beauty Clinic*
   - ➢ *Ambient Lighting* : Dengan menggunakan cahaya putih terang (4000K) untuk menampilkan kebersihan dan sterilitas ruangan.
   - ➢ *Task Lighting* : Lampu *directional* untuk membantu dokter atau terapis dalam melakukan perawatan wajah.
5. *Tea Cafe & Lounge Area*
   - ➢ *Ambient Lighting* : Pencahayaan *warm white* (3000K) dengan lampu gantung untuk menampilkan kesan *cozy*.
   - ➢ Decorative lighting : *LED light* di rak penyimpanan teh untuk meng *highlight* produk teh yang akan dijual.

C. Material Interior dan *Finishing*

Pemilihan material harus mempertimbangkan ketahanan, keamanan, dan kemudahan dalam perawatan. Berdasarkan SNI 03-0349-1989, material untuk lantai dan dinding area basah harus tahan air dan anti slip. Keramik dengan standar R10 atau R11 direkomendasikan untuk lantai basah, sedangkan pelapis dinding seperti keramik, PVC Panel, atau Cat Epoxy tahan air dapat digunakan pada dinding. Di area kering seperti lounge dan ruang tunggu, dapat menggunakan material kayu olahan, batu alam, atau wall covering yang memenuhi standar keamanan dan estetika.

Pemilihan material pada perancangan ini didasarkan pada kenyamanan, ketahanan, dan estetika dengan dominasi unsur alami dalam menampilkan konsep tenang dan nyaman.

1. *Receptionist*
    - ➢ Lantai : Menggunakan marmer atau ubin dengan *finishing glossy* untuk menampilkan kesan eksklusif dan elegan ketika pelanggan masuk.
    - ➢ Dinding : Menggunakan kombinasi panel kayu dan cat warna netral untuk kesan hangat dan profesional.
    - ➢ Furnitur : Meja kayu dengan *finishing matte* dan kursi berbahan kulit sintetis untuk menampilkan kesan elegan.
2. *Spa Area & Beauty Clinic*
    - ➢ Lantai : Kayu atau vinyl bertekstur untuk memberikan kesan alami.
    - ➢ Dinding : Menggunakan kombinasi batu alam, wall panel kayu dan cat warna *earth tone* untuk menciptakan suasana tenang
    - ➢ Furnitur : Kayu Solid dengan bantalan linen untuk mendukung kenyamanan pengguna.
3. *Nail & Beauty Salon*
    - ➢ Lantai : Keramik glossy untuk memudahkan *maintenance* dan kebersihan.
    - ➢ Dinding : Menggunakan kombinasi wall panel kayu, dan cat warna netral dengan sedikit aksen dekoratif pada cermin.
    - ➢ Furnitur : Kursi ergonomis berbahan leather untuk kenyamanan pelanggan saat melakukan perawatan dan tahan akan cairan.
4. *Tea Cafe & Lounge Area*
    - ➢ Lantai : Parket kayu untuk menciptakan kesan hangat dan nyaman ketika pelanggan sedang menikmati teh dan menunggu.
    - ➢ Dinding : Kombinasi wall panel kayu, batu alam dan tekstur dinding kamprot.
    - ➢ Furnitur : Meja kayu dengan kursi berlapis kain lembut untuk mendukung suasana *cozy*.

D. Warna

Warna yang digunakan pada perancangan ini akan mengacu pada psikologi warna untuk menciptakan suasana yang mendukung ketenangan.

1. *Receptionist*
    - ➢ Dominan : Beige, Krem, Coklat untuk kesan welcoming.

- ➢ Aksen : aksen Metal Gold untuk kesan elegan, mewah, dan profesional.

2. *Spa Area*
   - ➢ Dominan : Krem dan Coklat untuk kesan menenangkan dan natural.
   - ➢ Aksen : Abu-abu batu dan Coklat tanah untuk memperkuat kesan *grounding* (mengalihkan perhatian dari pikiran negatif) Sumber : Alodokter
3. *Beauty Clinic*
   - ➢ Dominan : Krem dan Putih Gading untuk kesan higienis.
   - ➢ Aksen : Hijau Sage untuk kesan natural dan menenangkan.
4. *Nail & Beauty Clinic*
   - ➢ Dominan : Putih, soft peach dan beige untuk kesan feminim.
   - ➢ Aksen : Gold untuk sentuhan elegan.
5. *Tea Cafe & Lounge Area*
   - ➢ Dominan : Warna *earth tone* seperti warna coklat muda untuk kesan hangat dan nyaman
   - ➢ Aksen : Terakota untuk variasi warna tapi masih menampilkan kesan hangat.

E. *Furniture*

Furniture dipilih berdasarkan ergonomi,kenyamanan dan fungsional.

1. *Receptionist*
   - ➢ Meja penerima tamu berbahan kayu.
   - ➢ Kursi tunggu yang empuk dan *stylish*.

2. *Spa Area*
   - ➢ Tempat tidur pijat dengan material kayu solid dan bantalan linen berkualitas tinggi.
   - ➢ Rak penyimpanan kayu untuk peralatan spa.
   - ➢ *Trolley multifunction* untuk kelengkapan pijat.
3. *Nail & Beauty Salon*
   - ➢ Kursi *manicure* dan *pedicure* yang ergonomis dan nyaman untuk diduduki beberapa jam.
   - ➢ Meja dengan pencahayaan yang optimal untuk detail pengerjaan kuku dan eyelash.

- ➢ *Trolley multifunction* untuk kelengkapan pengerjaan kuku.

4. *Beauty Clinic*
   - ➢ Tempat tidur pasien dengan material yang mudah dibersihkan
   - ➢ Lemari penyimpanan untuk alat-alat perawatan wajah
   - ➢ *Trolley multifunction* untuk kelengkapan pengerjaan facial.
5. *Tea Cafe & Lounge Area*
   - ➢ *Lounge Sofa*
   - ➢ *Lounge table*

F. Sistem Akustik dan Reduksi Kebisingan

Tingkat kebisingan sangat mempengaruhi kenyamanan pengguna di *Wellness Center*. Berdasarkan SNI 03-6386-2000, tingkat kebisingan dalam ruang relaksasi tidak boleh lebih dari 40 dB. Dinding dan plafon dapat dilapisi dengan bahan peredam seperti *rockwool, glasswool,* atau panel akustik khusus. Penggunaan *flooring* dengan bahan vinyl, karpet akustik, atau laminasi kayu juga membantu dalam menyerap suara langkah dan meredam gema.

G. Shaf Air

Dalam perancangan *Wellness Center* yang memiliki banyak fasilitas basah seperti spa, ruang *shower*, toilet, hingga klinik kecantikan, shaf air berfungsi sebagai ruang vertikal yang menampung jaringan perpipaan utama, termasuk pipa air bersih, air panas, pipa pembuangan, dan ventilasi pipa. Keberadaan shaf air sangat penting untuk memastikan kelancaran distribusi air serta sistem drainase yang aman dan efisien sebagaimana diatur dalam SNI 8153:2015 Sistem Plambing pada Bangunan Gedung.

1. Fungsi dan Kebutuhan Sistem Air

   Mengacu pada SNI 8153:2015, sistem perpipaan harus menjamin distribusi air yang lancar serta pembuangan limbah tanpa mencemari lingkungan atau ruang dalam bangunan. Dalam konteks *Wellness Center*, sistem ini mendistribusikan air ke berbagai ruang perawatan seperti Spa, klinik kecantikan, toilet dan ruang staf.
2. Penempatan Strategis dan Akses Pemeliharaan

   Penempatan shaf air dianjurkan berada pada dekat pusat area basah untuk memaksimalkan efisiensi jaringan perpipaan (Allen & Iano, 2013 dalam

Fundamentals of Building Construction). Selain itu, SNI 8153:2015 mengharuskan adanya panel akses di setiap lantai untuk memudahkan perawatan tanpa mengganggu estetika atau fungsi ruang.

3. Ukuran dan Detail Teknis

   Menurut ketentuan teknis dalam 8153:2015, dimensi minimum shaf air adalah sekitar 60 cm lebar dan 40 cm kedalaman untuk memungkinkan akses dan ventilasi pipa secara aman. Dalam proyek dengan kompleksitas tinggi seperti *Wellness Center*, ukuran ini dapat disesuaikan agar menampung lebih banyak jalur perpipaan.

4. Material dan Ketahanan

   Shaf air sebaiknya dibangun menggunakan material tahan air dan tahan api, seperti beton bertulang atau bata ringan yang dilapisi waterproofing (DeChiara & Panero, 2001 dalam *Time-Saver Standards for Interior Design and Space Planning*). Jenis pipa juga harus mengikuti standar ketahanan, seperti uPVC atau HDPE untuk saluran limbah, serta PP-R atau PEX untuk air panas dan dingin, sebagaimana tercantum pada SNI 06-0164-1987 tentang bahan pipa plastik.

5. Reduksi Suara dan Integrasi Desain

   Karena suasana tenang menjadi faktor utama di *Wellness Center*, instalasi dalam shaf perlu dilengkapi dengan isolasi akustik dengan menggunakan bahan seperti rockwool (Kopec, 2006 dalam *Environmental Psychology for Design*). Dari sisi desain interior, shaf dapat disamarkan dengan panel kayu atau dinding dekoratif agar menyatu secara visual.

6. Koordinasi Sistem Bangunan

   Shaf air harus dirancang bersamaan dengan sistem MEP lainnya (Mechanical, Electrical, Plumbing) untuk mencegah tumpang tindih jalur dan gangguan struktural, sejalan dengan prinsip koordinasi sistem bangunan pada SNI 1729:2020. Pendekatan ini juga mendukung efisiensi pemeliharaan serta keamanan instalasi secara keseluruhan.

H. Sistem Ventilasi dan Tata Udara

Kualitas udara dalam *Wellness Center* sangat menentukan kenyamanan dan kesehatan pengguna. Maka dari itu, sistem tata udara pada *Wellness Center* diwajibkan untuk menjamin kualitas udara yang bersih, segar, dan bebas dari

kelembaban yang berlebih. Menurut SNI 03-6572-2001 tentang Tata Cara Perancangan Sistem Ventilasi, seluruh ruang yang digunakan dalam jangka waktu lama wajib memiliki sistem ventilasi alami atau mekanik untuk menjaga perputaran udara yang sehat dan mencegah kelembaban berlebih.

Area seperti ruang spa, ruang refleksi, serta ruang perawatan memerlukan sirkulasi udara yang stabil dengan kelembaban terkontrol (40%-60%). Kombinasi sistem Ac dan Exhaust Fan menjadi solusi efektif, didukung dengan penggunaan filter udara HEPA untuk menjaga kebersihan partikel mikro dan alergen di udara.

I. Sistem Pencahayaan Darurat dan Evakuasi

Sesuai dengan ketentuan SNI 03-1746-2000, *Wellness Center* wajib menyediakan jalur evakuasi yang dilengkapi dengan pencahayaan darurat, rambu evakuasi, dan pintu keluar yang mudah untuk diakses pengguna. jalur evakuasi minimal berukuran 120 cm dan bebas dari halangan. Setiap ruang harus memiliki jalur akses evakuasi dengan maksimal jarak 30 meter. Pintu keluar darurat harus menggunakan engsel dorong dan dilengkapi dengan rambu iluminasi. Sistem alarm kebakaran dan lampu darurat harus diuji secara berkala agar berfungsi saat keadaan darurat.

J. Sistem Listrik dan Instalasi Tegangan Rendah

Sistem kelistrikan pada *Wellness Center* harus sesuai dengan SNI 0225:2019 mengenai instalasi tegangan rendah. Setiap ruangan harus memiliki MCB (*Miniature Circuit Breaker*) terpisah untuk mempermudah kontrol dan keamanan distribusi listrik. Sistem grounding wajib diterapkan untuk mencegah lonjakan arus dan korsleting. Area basah wajib dilengkapi dengan GFCI (*Ground Fault Circuit Interrupter*) untuk mencegah bahaya tersengat listrik.

Posisi stop kontak dan saklar minimal berjarak 1 meter dari sumber air, dan dilengkapi dengan pelindung tahan air (IP44 atau lebih tinggi). Instalasi kabel wajib ditanam di dalam dinding atau menggunakan sistem ducting tertutup untuk melindungi dari kerusakan fisik dan kelembaban, sesuai dengan praktik keselamatan kelistrikan bangunan.

Perancangan *Korean Beauty Wellness Center* mengintegrasikan aspek kenyamanan, estetika, dan fungsionalitas dengan mengacu pada Standar Nasional (SNI) serta prinsip desain holistik yang mendukung kesehatan dan relaksasi pengguna. Setiap zona mulai dari area resepsionis, spa, *beauty clinic*, nail & *beauty salon*, *jimjillbang* hingga *tea cafe* dirancang dengan spesifik untuk memenuhi kebutuhan fungsi dan suasana masing-masing, dengan memperhatikan privasi, pencahayaan, dan sirkulasi udara yang optimal. Integrasi elemen warna natural, furnitur ergonomis, serta pemilihan material tahan lama dan ramah perawatan turut memperkuat atmosfer yang mendukung ketenangan.

Pada aspek teknis bangunan seperti sistem *plumbing* (shaf air), ventilasi, akustik, pencahayaan darurat, dan kelistrikan dirancang sesuai dengan regulasi dan prinsip keamanan bangunan. Tujuan utama dari semua ini adalah menciptakan lingkungan *Wellness* yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga nyaman, aman, dan mampu memberikan pengalaman perawatan yang menyeluruh dan menenangkan bagi setiap pengunjung

2.6. Pentingnya Penelitian Desain Interior untuk *Korean Beauty Wellness Center*

Penelitian ini memiliki peran penting dalam merespons permintaan pasar serta mengeksplorasi peluang inovasi dalam desain interior, khususnya pada fasilitas hiburan tematik seperti *Korean Beauty Wellness Center*. Berikut merupakan beberapa alasan utama yang mendasari urgensi penelitian ini :

a. Menjawab Kebutuhan Pasar dalam Industri Kecantikan dan *Wellness*

Industri kecantikan dan *wellness* semakin berkembang pesat terutama dengan meningkatnya tren perawatan tubuh dan wajah yang terinspirasi dari budaya Korea. *Euromonitor International* (2022) mencatat bahwa industri kecantikan di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, terutama dalam kategori *skincare* dan *wellness treatment*. *Korean Beauty Wellness Center* menjadi konsep yang menarik bagi masyarakat kalangan Milenial dan Gen Z dan kalangan masyarakat modern yang mengutamakan kesehatan (*mental health awareness*), kecantikan, dan relaksasi dalam satu tempat. Penelitian ini bertujuan untuk merancang interior yang mampu menjawab kebutuhan pasar dengan menciptakan lingkungan yang nyaman, fungsional dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

1. Tren *Korean Beauty* di Indonesia : Popularitas *Korean skincare* dan *treatment* semakin meningkat (McKinsey & Company, 2021), sehingga diperlukan desain interior yang dapat merepresentasikan budaya dan filosofi perawatan ala Korea secara autentik.
2. Meningkatkan kesadaran akan *Self-Care* : Pelanggan tidak hanya mencari tempat untuk perawatan kecantikan, tetapi juga pengalaman menyeluruh yang mencakup kenyamanan, ketenangan dan kemewahan dalam satu fasilitas (Mintel,2020).
3. Persaingan di Industri *Wellness* : Dengan semakin banyaknya tempat kecantikan dan wellness di Indonesia, desain interior dapat menjadi faktor diferensiasi utama yang membedakan *Korean Beauty Wellness Center* dari kompetitor lainnya (Kotler & Keller, 2016). Namun, meskipun semakin banyaknya tempat kecantikan dan wellness di Indonesia, belum ada satu tempat yang menyediakan semua fasilitas utama yang akan dirancang pada perancangan ini yaitu *Korean Spa, Beauty Clinic,* dan *Beauty Salon*.

b. Peluang Inovasi dalam Desain Interior untuk Fasilitas Tematik

Penelitian ini berperan dalam mengeksplorasi pendekatan desain interior yang inovatif, terutama dalam fasilitas tematik yang menggabungkan unsur budaya dan estetika modern dari Korea.

1. Pendekatan Desain Berbasis Pengalaman (*Experiential Design*) : Ruang akan dirancang untuk memberikan pengalaman multisensori kepada pelanggan, mulai dari pencahayaan, material, warna hingga atmosfer yang membangkitkan suasana khas Korea (Pine & Gilmore, 1999).
2. Integrasi Teknologi dalam Interior : *Wellness Center modern* sering kali menggabungkan elemen teknologi seperti pencahayaan cerdas, aromaterapi otomatis, dan sistem suara yang mendukung suasana relaksasi (Spence,2021). Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana teknologi dapat diimplementasikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.
3. Fleksibilitas Ruang dan Adaptasi terhadap Kebutuhan Pengguna : Fasilitas kecantikan dan *wellness* memerlukan zonasi ruang yang fleksibel untuk berbagai jenis perawatan, dari Spa hingga *Beauty Clinic* (*Ching, 2014*).

c. Meningkatkan Nilai Ekonomi dan Daya Saing Bisnis

Desain interior yang menarik dan fungsional dapat berkontribusi dalam meningkatkan nilai bisnis dari *Korean Beauty Wellness Center*, baik dalam aspek finansial maupun branding.

1. Daya Tarik Visual sebagai Strategi Pemasaran : Desain interior yang *instagramable* dan estetik dapat menjadi daya tarik utama bagi pelanggan terutama Milenial dan Gen Z yang sering membagikan pengalaman mereka di sosial media (*Schmitt, 2010*).
2. Peningkatan Loyalitas Pelanggan : Ruang yang dirancang dengan baik akan menciptakan pengalaman yang menyenangkan, mendorong pelanggan untuk kembali dan menggunakan layanan secara berulang (*Bitner, 1992*).
3. Efisiensi Operasional : Tata ruang yang efisien tidak hanya mendukung kenyamanan pelanggan, tetapi juga meningkatkan produktivitas karyawan dalam memberikan layanan perawatan (*Hollins & Pugh, 1990*).

d. Kontribusi terhadap Studi Akademik dan Praktik Profesional

Penelitian ini juga memiliki signifikansi akademik karena berkontribusi dalam pengembangan ilmu desain interior, khususnya dalam pendekatan perancangan fasilitas kecantikan dan *wellness* berbasis budaya.

1. Referensi bagi Desainer Interior : Studi ini dapat menjadi panduan bagi para desainer interior dalam memahami aspek fungsional dan estetika yang dibutuhkan dalam merancang fasilitas kecantikan yang tematik.
2. Menghubungkan Desain dengan Nilai Budaya : Perancangan interior berbasis *Korean Beauty Wellness Center* tidak hanya mempertimbangkan estetika, tetapi juga filosofi kecantikan dan keseimbangan hidup ala Korea (*Hanbang* dan *Holistic Beauty*) (*Pallasmaa, 2012*).
3. Dukungan untuk Riset Desain Berbasis Pengalaman : Studi ini diharapkan menambah wawasan tentang bagaimana desain interior dapat mempengaruhi pengalaman pengguna secara emosional dan psikologis.

e. Mendukung Pengalaman Pelanggan yang Holistik dan Berkesan

Kualitas desain interior memiliki dampak langsung terhadap pengalaman pelanggan. Penelitian ini akan berfokus pada menciptakan ruang yang tidak hanya estetis, tetapi

juga mampu memberikan kenyamanan, ketenangan, dan kepuasan optimal bagi pengunjung.

1. Meningkatkan Relaksasi dan Ketenangan : Dengan meningkatkan relaksasi dan ketenangan akan menjawab persoalan tren healing yang ada saat ini. Dari pemilihan warna, pencahayaan serta material digunakan akan dirancang untuk menciptakan suasana yang mendukung ketenangan dan penyegaran bagi pelanggan (*Rengel, 2014*).
2. Memastikan Kepraktisan dan Kemudahan Akses : Penataan ruang akan mempertimbangkan alur sirkulasi pelanggan agar mudah diakses dan nyaman digunakan oleh pengguna (*Ching, 2014*).
3. Pengalaman sensorik yang Mendalam : Integrasi elemen-elemen seperti musik yang menenangkan, aroma terapi, dan pencahayaan yang sesuai dapat meningkatkan kualitas pengalaman pelanggan (*Spence, 2021*).

Penelitian ini memiliki nilai penting dalam berbagai aspek, baik bagi industri, akademisi, maupun pelanggan yang menjadi pengguna utama fasilitas ini. Dengan pendekatan desain yang inovatif dan berbasis pengalaman. *Korean Beauty Wellness Center* diharapkan mampu memberikan solusi interior yang tidak hanya fungsional dan estetis, tetapi juga mampu meningkatkan kualitas hidup dan kenyamanan pengunjung.

2.7. Tren dan Inovasi dalam Desain *Korean Beauty Wellness Center*

Desain *Korean Beauty Wellness Center* terus mengalami perkembangan dengan mengkombinasikan estetika tradisional Korea dan inovasi untuk menciptakan pengalaman yang lebih menenangkan serta menyegarkan bagi pengunjung. Berikut beberapa tren dan inovasi terbaru dalam desain *Korean Beauty Wellness Center yang* berkembang :

a. Kombinasi Elemen Tradisional dan Modern

Banyak pusat kecantikan Korea kini menerapkan desain yang mengintegrasikan unsur budaya tradisional dengan sentuhan modern untuk menciptakan keseimbangan antara estetika dan fungsi. Misalnya, *ATOP Beauty Clinic* di Gangnam, Seoul, dirancang agar tidak hanya menjadi tempat perawatan kecantikan melainkan juga ruang pemulihan yang mengangkat nilai budaya dari Korea. Pendekatan ini bertujuan

menciptakan suasana yang menyenangkan bagi pelanggan melalui perpaduan desain yang harmonis.

b. Pemanfaatan Material Ramah Lingkungan

Tim desain interior kini berfokus pada penggunaan material alami seperti kayu, batu, dan bambu untuk menciptakan nuansa yang lebih alami dan nyaman. Selain memberikan efek yang menenangkan bagi pengunjung, material ramah lingkungan juga membantu meningkatkan kualitas udara dalam ruangan. Spa dan pusat kecantikan yang menggunakan bahan alami dapat menciptakan pengalaman yang lebih otentik dan mendukung keberlangsungan lingkungan. (Leo International *Design*, 2024)

c. Penerapan Konsep *Biophilic Design*

Desain *Biophilic*, yang menghubungkan elemen alam dengan ruang interior semakin banyak diterapkan di pusat *wellness*. Integrasi tanaman indoor, pencahayaan alami, dan elemen air menciptakan suasana yang lebih segar dalam ruangan serta mampu meningkatkan relaksasi pelanggan. Pendekatan ini juga memiliki manfaat tambahan dalam meningkatkan kualitas udara serta memberikan efek psikologis yang menenangkan. (ArchDaily, 2022)

d. Pendekatan Minimalis dalam Interior

Konsep desain minimalis dengan penggunaan palet warna serta furnitur sederhana semakin diminati dalam perancangan *Korean Beauty Wellness Center*. Tampilan yang bersih dan sederhana memungkinkan pengunjung untuk lebih fokus pada pengalaman relaksasi tanpa gangguan visual yang berlebihan. Gaya ini umumnya diterapkan di tempat spa dan pusat kecantikan Korea untuk menciptakan lingkungan yang nyaman dan bebas stres. (Pinterest, 2023)

e. Inovasi dalam Layanan dan Produk Perawatan

Industri *K-Beauty* dikenal sebagai pelopor inovasi dalam produk dan layanan perawatan kulit. Penggunaan bahan-bahan alami seperti racun lebah dan lendir siput dalam *skincare* serta pengembangan produk praktis seperti sheet mask menunjukkan adanya peningkatan dalam kualitas dan efektivitas perawatan kecantikan. Pusat kecantikan yang menerapkan inovasi ini dalam layanan mereka akan lebih menarik

bagi pelanggan yang mencari perawatan terkini dan lebih efektif. (ELLE Indonesia, 2023).

f. Pemanfaatan Teknologi dalam Desain Interior

Beberapa pusat kecantikan mulai dari menerapkan teknologi canggih dalam desain interior mereka, seperti sistem pencahayaan pintar, sistem suara yang dapat disesuaikan, serta peralatan perawatan berteknologi tinggi. Teknologi ini memungkinkan pengalaman yang lebih personal bagi pengunjung serta memberikan efisiensi operasional dalam pusat kecantikan. Inovasi ini memungkinkan *wellness center* untuk memberikan layanan yang lebih modern dan responsif terhadap kebutuhan pengunjung. *(Leo International Design, 2024).*

Melalui berbagai tren dan inovasi ini, *Korean Beauty Wellness Center* mampu menghadirkan pengalaman perawatan kecantikan dan relaksasi yang lebih menyeluruh. Pendekatan yang memadukan unsur budaya, desain modern, dan teknologi mutakhir ini mencerminkan filosofi keseimbangan antara kecantikan dan kesehatan yang menjadi ciri khas Korea.

2.8. Perbedaan Elemen tradisional Jepang dan Korea

Dalam proses perancangan **Han-na Korean Beauty Wellness Center**, penggunaan elemen tradisional Korea dipilih secara selektif untuk menegaskan identitas budaya Korea dan secara jelas membedakannya dari desain Jepang yang sering kali dianggap serupa. Salah satu ciri utama arsitektur Korea adalah inspirasi dari **Hanok**, yaitu rumah tradisional Korea yang identik dengan bentuk atap melengkung lembut. Elemen ini diadaptasi pada area langit-langit lounge dan spa guna menciptakan suasana hangat, dinamis, serta mengalir, berbeda dengan desain Jepang yang lebih kaku, garis lurus, dan atap datar (iVisitKorea, 2023).



Gambar 2.8.1. Hanok

Sumber : Wikipedia

Material utama yang digunakan adalah **kayu alami berwarna terang** seperti pine dan zelkova Korea, yang menonjolkan kesan ringan, natural, dan bersih. Hal ini sangat berbeda dari desain Jepang yang cenderung menggunakan kayu gelap, baik secara alami maupun hasil teknik pembakaran seperti **Shou Sugi Ban**. Selain itu, penggunaan **kertas Hanji** menjadi elemen khas Korea yang tidak ditemukan di desain Jepang. Hanji terbuat dari serat murbei, lebih tebal dan bertekstur, serta mampu menyaring cahaya alami dengan lembut, sementara **Washi Jepang** cenderung polos, tipis, dan minimal motif (iVisitKorea, 2023).



Gambar 2.8.2. Kertas Hanji

Sumber : Wikipedia

Aksen dekoratif seperti **motif Dancheong**, yaitu pola geometris atau floral berwarna alami khas Korea, diaplikasikan secara subtle pada partisi, pintu, atau elemen dinding, memperkuat karakter lokalitas dan budaya Korean Wellness. Hal ini berbeda dengan interior Jepang yang menghindari motif berwarna dan lebih memilih palet netral atau monokrom (iVisitKorea, 2023).



Gambar 2.8.3. Dancheong

Sumber : Wikipedia

Dari segi fasilitas, inspirasi dari **Jimjilbang**, yaitu sauna tradisional Korea berbentuk dome dengan material bata alami, diadaptasi dalam area spa Han-na. Ini jelas membedakan konsep Korea dari Jepang, yang lebih menonjolkan unsur **Ofuro (bathtub kayu)** dan taman Zen minimalis berbatu kerikil sebagai elemen spa utamanya (Seini I Zalukhu, KTO).

Selain elemen fisik, perbedaan konsep filosofi ruang juga menjadi pembeda penting. Desain Korea mengusung prinsip **"Jeong"** — kehangatan, keterhubungan, dan interaksi antarpengguna ruang. Sebaliknya, desain Jepang mengutamakan **"Ma"** — kehampaan, kesunyian, dan jarak personal (Kaplan & Kaplan, 1989; Ulrich, 1991).

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Data Observasi

Observasi lapangan dilakukan di tiga lokasi yang memiliki fasilitas serupa dengan rencana perancangan Han-Na Beauty Wellness Center, yaitu Yu Rirakkusu Korean Spa, Glow & Go Beauty Clinic, dan Ga On Korean Spa. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh data nyata terkait fasilitas, tata ruang, pelayanan, serta suasana ruang yang ditawarkan masing-masing tempat.

3.2. Yu Rirakkusu Korean Spa

Yu Rirakkusu Sadalah spa dengan konsep modern *Korean Body Scrub* dan *Foot Reflexology* yang berlokasi di Jalan Senayan No. 10-21, Kebayoran Baru, jakarta Selatan. Tempat Spa ini menawarkan berbagai perawatan untuk relaksasi tubuh. Yu Rirakkusu spa mengusung konsep *"A Modern Korean Body Scrub & Foot Reflexology"*. Filosofi utama Yu Rirakkusu Spa adalah menghadirkan pengalaman relaksasi dan perawatan tubuh yang menggabungkan teknik tradisional Korea dengan sentuhan modern dalam suasana yang mewah dan nyaman. Spa ini berfokus pada kesehatan kulit dan kesejahteraan tubuh melalui berbagai layanan, seperti *deep cleansing body scrub*, pijat refleksi, serta perawatan khusus untuk relaksasi dan detoksifikasi.

Nama *Yu Rirakkusu* terdengar seperti berasal dari bahasa Jepang, tetapi konsep yang diusung lebih mengacu pada metode perawatan tubuh ala Korea. Salah satu perawatan unggulannya adalah *Deep Cleansing Body Scrub*, sebuah metode lulur khas Korea yang membantu mengangkat sel kulit mati secara menyeluruh, menjadikan kulit lebih bersih, halus, dan bercahaya.

Yu Rirakkusu percaya bahwa perawatan tubuh bukan hanya tentang kecantikan kulit, tetapi juga tentang pemulihan energi dan keseimbangan tubuh secara menyeluruh. Oleh karena itu, semua perawatan yang ditawarkan dirancang untuk meningkatkan sirkulasi darah, mengurangi stres, serta memberikan efek penyembuhan bagi tubuh dan pikiran. Dengan layanan profesional dan fasilitas premium, Yu Rirakkusu ingin menjadi tempat dimana pelanggan dapat menikmati ketenangan, melepaskan ketegangan, serta meremajakan tubuh

dan jiwa mereka. Jam Operasional di Yu Rirakkusu Spa adalah setiap hari Senin-Minggu pukul 08.00 hingga 18.30 WIB dan disarankan untuk melakukan reservasi sebelum kedatangan.

3.2.1. Fasilitas Yu Rirakkusu Korean Spa

A. *Deep Cleansing Body Scrub*

   Perawatan ini mencakup lulur tubuh selama 45 menit yang diikuti dengan pijat selama 30 menit, bertujuan untuk membersihkan dan mengangkat sel kulit mati serta meningkatkan sirkulasi darah. Durasi total 75 menit dengan biaya Rp450.000.

B. *Signature Body Rirakkusu*

   Paket ini menawarkan pijat tradisional dengan manfaat terapeutik untuk mengendurkan otot dan meningkatkan sirkulasi darah. Tersedia pilihan durasi 60 menit seharga Rp400.000 dan 90 menit seharga Rp450.000. Selama pemijatan, Anda dapat memilih minyak esensial seperti *lavender, star anise, nutmeg, eucalyptus,* atau *lemon grass.*

C. *Yoni Steam Treatment*

   Perawatan khusus untuk area intim wanita yang menggunakan ramuan herbal organik, membantu membersihkan dan menghilangkan bau tak sedap serta meningkatkan sirkulasi darah. Paket ini berdurasi 20 menit dengan biaya Rp250.000, termasuk terapi kaki selama 20 menit.

D. *Foot & Body Reflexology*

   Pijat refleksi yang bertujuan mengembalikan keseimbangan tubuh dan mengurangi rasa lelah pada kaki. Tersedia dalam durasi 60 menit seharga Rp180.000, 90 menit seharga Rp250.000, dan 120 menit seharga Rp300.000.

E. *Facial*

   Perawatan ini dirancang untuk mengangkat, membentuk, dan memberikan kilau alami pada wajah. Teknik pijatan khusus yang digunakan membantu mengkontur dan merampingkan wajah secara alami, sehingga wajah merasa segar dan bercahaya setelahnya.



Gambar 3.2.1.1. Menu Layanan Yu Rirakkusu

Sumber : Instagram Yu Rirakkusu



Gambar 3.2.1.2. Menu Layanan Yu Rirakkusu

Sumber : Instagram Yu Rirakkusu

3.2.2. Identitas Yu Rirakkusu

A. Logo

Logo dari Yu Rirakkusu sendiri menonjolkan unsur kemewahan, ketenangan, dan nuansa khas dengan unsur modern. (Penjelasan ini merupakan interpretasi visual berdasarkan elemen grafis yang ditampilkan)



Gambar 3.1.3.1. Logo Yu Rirakkusu Korean Spa

Sumber : Instagram Yu Rirakkusu

B. Strategi Pemasaran

Yu Rirakkusu menerapkan strategi pemasaran berbasis digital dengan memanfaatkan sosial media, terutama Instagram dan Tiktok sebagai sarana utama untuk mempromosikan layanan mereka. beberapa strategi yang digunakan antara lain:

a. Konten Visual Yang Menarik

   Dengan menampilkan foto dan video suasana spa, proses perawatan, serta hasil dari berbagai layanan yang mereka tawarkan.

b. Testimoni Pelanggan

   Mengunggah ulasan dari pelanggan yang telah mencoba layanan mereka untuk meningkatkan kredibilitas dan daya tarik pengunjung.

c. Promo dan Event Khusus

   Mengadakan diskon dan paket perawatan tertentu yang ditujukan untuk menarik lebih banyak pelanggan.

d. Interaksi dengan pelanggan

   Aktif dalam membalas komentar dan pesan untuk meningkatkan keterlibatan serta membangun hubungan yang lebih erat dengan audiens.

C. SWOT

Strengths (Kekuatan)

a. Nama “Rirakkusu” (リラックス) yang berarti “Relaksasi” dalam bahasa Jepang memberikan kesan yang lebih eksklusif dan elegan dan memberikan nilai tambah estetik pada spa ini.
b. Pelayanan yang beragam dengan kualitas tinggi termasuk pijat aromaterapi, *shiatsu, body scrub,* sauna*, hot stone*, hingga minuman herbal saat melakukan *treatment*.
c. Terapis bersertifikat dan memiliki pengalaman serta pelatihan khusus.
d. Atmosfer ruangan yang bernuansa *Zen* dengan dekorasi, pencahayaan yang lembut, aromaterapi, serta musik mediatif.
e. Kepuasan pelanggan tinggi sehingga mendorong kunjungan berulang.

Weakness (Kelemahan)

a. Harga yang cenderung lebih tinggi dengan layanan yang lebih eksklusif dibandingkan spa konvensional.
b. Lokasi terbatas, hanya terdapat 1 cabang sehingga pelanggan dari luar kota sulit untuk mengakses layanan.
c. Ketergantungan pada Sumber Daya Manusia (SDM). Terapis merupakan poin terpenting pada spa ini karena jika kualitas layanan menurun akan menurunkan standar pengalaman pada spa.
d. Kapasitas harian terbatas dengan treatment mendalam dan durasi lama sehingga tidak dapat melayani terlalu banyak pelanggan dalam satu hari.

Opportunities (Peluang)

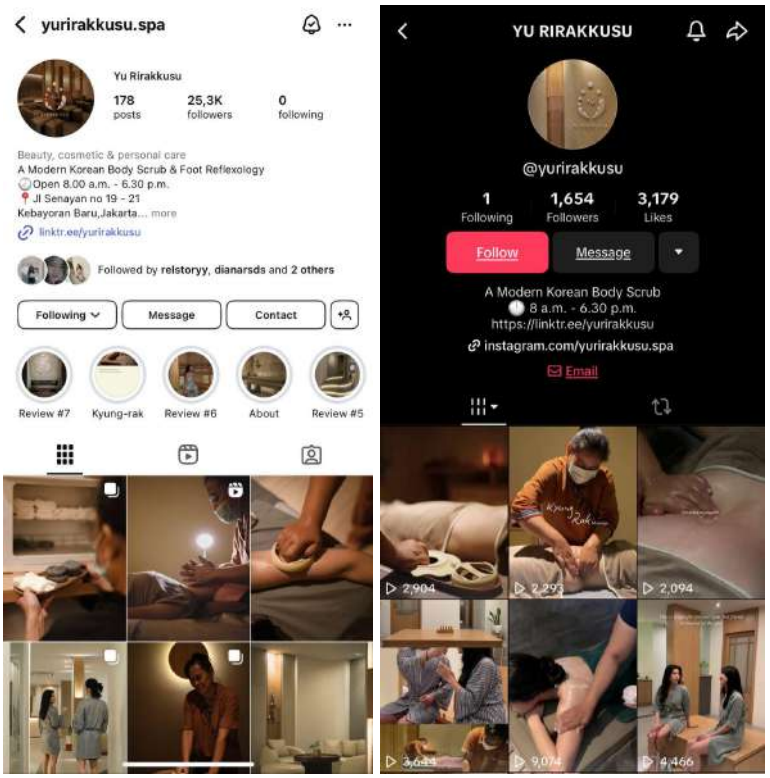
a. Meningkatkan kesadaran akan *self-care* dan *mental health* pada masyarakat dengan tren gaya hidup sehat sehingga mendorong orang untuk rutin pergi ke tempat spa.
b. Kolaborasi dengan *brand lifestyle*, *hotel*, atau *influencer* sehingga eksposur *brand* meningkat.
c. Penjualan produk *home-spa* (Retail Item) seperti *essential oils, bath salts, scrub,* dan paket lainnya.
d. Digitalisasi (*Online Booking* dan *Membership App*) dengan fitur pemesanan *online*, sistem poin loyalitas, *reminder treatment* dan *feedback real time*.

e. Ekspansi Layanan di Event dan Corporate dengan penawaran paket spa mini untuk acara kantor, wedding, dan retreat.

Threats (Ancaman)

a. Persaingan ketat dalam industri spa dan *wellness* dengan banyak spa yang bermunculan dengan harga yang kompetitif.
b. Resesi atau krisis ekonomi karena spa dianggap sebagai "*luxury spending*" yang bisa dikurangi saat kondisi ekonomi sulit.
c. Review negatif di media sosial, pelanggan dapat secara langsung mengunggah pengalaman buruk yang diterima.
d. Pandemi atau krisis kesehatan lain karena dengan pembatasan sosial bisa memaksa spa tutup sementara.
e. Perubahan tren yang cepat misalnya spa beralih ke sound healing, yoga retreat dan lain-lain.

D. Sosial Media



Gambar 3.1.3.2. Instagram dan Tiktok Yu Rirakkusu

Sumber: data pribadi

3.2.3. Site Visit Yu Rirakkusu Korean Spa

Penulis melakukan survey ke Yu Rirakkusu Korean Spa pada 28 Februari 2025 yang yang berlokasi di Jalan Senayan No. 10-21, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Berikut merupakan hasil tabel hasil survey:

Area	Fasilitas	Deskripsi	Foto
Receptionist	Meja *Receptionist*	Dengan menggunakan elemen kayu dengan pencahayaan hangat yang memberikan suasana tenang dan nyaman serta logo di *backdrop receptionist* dengan pencahayaan LED. Meja *receptionist* dengan bentuk lengkung dan rak di sisi kiri *receptionist* untuk men-*display* produk aromaterapi yang dijual.	 
	Waiting Area	Furniture yang digunakan pada ruang tunggu menggunakan sofa 2 *seater* dan *single seater* dengan bahan kulit yang empuk guna untuk pelanggan menunggu dengan nyaman. Pada area ini menggunakan pencahayaan redup dengan lampu spotlight.	

Cafe	*Tea Counter*	Pada area Cafe, *tea counter* menggunakan material marmer untuk menyediakan minuman lain selain dari *complimentary drink*. *Backdrop* pada area *tea counter* dilapisi dengan panel kayu dengan logo Yu Cafe dengan penerangan lembut. Pada area ini terdapat 1-2 pegawai yang menjaga.	
	Seating Area	Furniture yang digunakan pada area ini adalah campuran *bench* dan kursi *dining*. Pada seating area mampu menampung 16-20 orang. Pencahayaan pada area ini menggunakan *downlight warm white* untuk menciptakan suasana tenang dan nyaman.	
Reflexology Area	*Locker*	Pada area ini menggunakan 2 loker dengan kapasitas 20 laci untuk tamu menyimpan barang bawaan ketika melakukan perawatan dan didesain dengan 2 fungsi yaitu loker dan pemisah antara ruangan pembilasan kaki dan *counter* pemilihan aromaterapi yang akan digunakan.	

	Aromaterapi *Counter*	Pada *counter* ini digunakan untuk menyediakan pilihan *essential oil*, aromaterapi dan *complimentary drink* untuk tamu. Pada *counter* ini terdapat pintu bukaan laci dibawahnya untuk menyimpan *stock* aromaterapi dan peralatan *reflexology* seperti handuk, garam khusus cuci kaki dan lain-lain.	
	Foot Wastafel	Area ini adalah tempat dimana kaki tamu dibersihkan oleh pegawai dengan wastafel dan *bench*. Area ini dapat digunakan oleh maksimal 4 tamu. Logo pada area ini dibedakan dengan tulisan Yu *Reflexology* dengan pencahayaan lembut dengan LED light berwarna *warm white* dan kuning.	

	Reflexology Room	Area *reflexology* didesain dengan sekat di antara setiap kursi, dan pada sekat tersebut disediakan stop kontak untuk pengunjung. Furniture yang digunakan adalah sofa khusus reflexology yang sandarannya dapat diatur. Pencahayaan menggunakan lampu redup dengan LED berwarna kuning.	
Body Massage Area	*Single Room (Private) & Connecting Room (adjustable)*	Pada *Body Massage Area* tipe *single room* hanya memiliki 1 spa bed, hanger, kaca dan cabinet untuk menyimpan barang bawaan tamu dan untuk menyimpan peralatan *body massage*. Pada tipe *private* ini hanya dapat digunakan oleh 1 orang akan tetapi terdapat *connecting door* untuk tamu yang ingin ruangan tergabung. Ruangan ini di *design* dengan pencahayaan redup dengan cahaya LED berwarna kuning serta dinding *unfinished.*	

	Couple Room	Pada tipe ruangan *couple* dibuat terpisah dengan ruangan lainnya dan khusus untuk pasangan. Pada ruangan ini terdapat 2 spa *bed, hanger,* kaca dan cabinet. Ruangan ini di design dengan pencahayaan redup dengan cahaya LED berwarna kuning serta dinding *unfinished.*	
	Standard Room	Pada tipe ruangan *standard* dibedakan dengan tamu akan gabung pada 1 ruangan ketika melakukan *body massage*. Pembeda dari ruangan *private* adalah pembatas pada ruangan ini hanya menggunakan tirai dan partisi antar spa *bed*.	
Body Scrub Area	*Loker & Hairdryer area*	Loker di area *body scrub* digabung dengan area untuk tamu mengeringkan rambut dan bersiap-siap. Loker di area ini mempunyai kapasitas 12 laci untuk 12 orang sesuai dengan jumlah ruangan *body scrub*. Pada *Hair Dryer* area menggunakan meja built- in dengan tambahan kaca dan *single bench sofa*. Pencahayaan pada area ini menggunakan lampu *downlight* dengan warna	

		cahaya *warm white*.	
	Body Scrub Room (Private)	Pada area *body scrub* dengan tipe ruangan *private* yang hanya akan digunakan oleh 1 orang secara *private* dan tidak ada *connecting* area diantara ruangannya. Pada ruangan ini terdapat shower dan 1 spa bed dengan bahan kulit agar tidak menyerap air dan dinding dengan lapisan keramik berwarna abu-abu.	
	Body Scrub Room (Connecting)	Pada area *body scrub* dengan tipe ruangan *connecting* yang akan digunakan oleh 2 orang (perempuan) secara *private* dan pintu *connecting* yang digunakan dapat diatur saat akan dibuka atau ditutup. Pada ruangan ini terdapat 2 *shower* dan 2 spa *bed.*	

Steam Area	Yoni *Steam Area*	Area Yoni Steam menggunakan konsep ruangan publik, di mana semua tamu menjalani treatment dalam satu ruangan bersama. Ruangan ini dilengkapi dengan alat steam, serta menggunakan pencahayaan warm white melalui lampu downlight dan wall light sebagai aksen.	
Shower Area	*Shower Room*	*Shower Room* pada area *body scrub* digunakan untuk tamu mandi dan mengganti pakaian. Pada area ini terdapat area wastafel dan area *shower* dengan sekatan.	

Tabel 3.1.4.1. Yu Rirakkusu Korean Spa, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.

Sumber : data pribadi

3.3. Glow&Go Korean Beauty Clinic

Glow&Go Beauty Clinic merupakan klinik kecantikan modern yang menawarkan konsep 15 minute Korean Skin Rejuvenation", dan telah hadir di berbagai lokasi strategis seperti Summarecon Mall Serpong (SMS), Pondok Indah Mall (PIM), Mall Kelapa Gading (MKG), serta beberapa cabang lainnya di Jakarta, Surabaya, dan Bandung. Klinik ini menyediakan perawatan wajah dengan waktu yang lebih singkat tetapi tetap efektif, sangat cocok untuk gaya hidup dinamis masyarakat di kota besar.

Glow&Go mengedepankan filosofi "Glow In Minutes", yaitu memberikan hasil kulit yang lebih cerah dan segar hanya dalam waktu 15 menit. Metode perawatan yang digunakan terinspirasi dari teknik perawatan kulit khas Korea yang dikenal dengan efektivitasnya dalam menjaga kesehatan kulit secara alami dan menyeluruh.

Tersedia 3 varian utama perawatan di Glow&Go yaitu Glow Aqua untuk kulit normal hingga kering, Glow Pure untuk kulit berminyak dan rentan berjerawat, serta Glow Radiant untuk kulit yang mempunyai kerutan dan memerlukan pengencangan kulit. Setiap treatment mencakup 8 tahapan perawatan, termasuk pembersihan mendalam dan pijatan wajah ringan yang menyegarkan dan menenangkan.

Meski mengusung nama internasional, pendekatan perawatan Glow & Go sepenuhnya berlandaskan pada filosofi K-beauty yang praktis, hasil nyata, dan mudah diakses. Tanpa perlu berlangganan atau berkonsultasi dengan dokter, pelanggan dapat langsung datang dan menikmati perawatan dengan harga yang terjangkau dan hasil yang instan.

Glow & Go percaya bahwa kulit yang sehat dan bercahaya adalah cerminan dari gaya hidup seimbang dan kepercayaan diri yang kuat. Karena itu, semua perawatan dirancang untuk memberikan pengalaman yang tidak hanya menyehatkan kulit, tetapi juga menyegarkan pikiran dan mengurangi stres.

Dengan tim profesional, teknologi terkini, serta lokasi yang mudah dijangkau di pusat-pusat perbelanjaan ternama, Glow & Go Beauty Clinic hadir sebagai solusi praktis untuk tampil glowing dalam waktu singkat. Klinik ini buka setiap hari, dari Senin hingga Minggu pukul 10.00–21.00 WIB, dan sangat disarankan untuk melakukan reservasi terlebih dahulu demi kenyamanan.

3.3.1. Fasilitas Glow&Go Korean Beauty Clinic

A. *Glow Aqua Facial (for dry skin)*

   Facial berdurasi 15 menit yang diformulasikan untuk kulit kering. Perawatan ini membantu melembabkan dan menutrisi kulit agar terasa lebih lembut dan tampak bercahaya. Biaya: Rp149.000.

B. Glow Pure Facial (for oily skin)

   Ditujukan untuk kulit berminyak, treatment ini bekerja mengurangi kelebihan minyak dan membersihkan sel kulit mati, membuat wajah tampak lebih segar. Durasi 15 menit, harga Rp149.000.

C. Glow Radiant Facial (anti-aging)

   Facial 15 menit untuk kulit kusam dan tanda-tanda penuaan. Membantu mencerahkan dan mengembalikan tampilan kulit yang lebih muda. Biaya: Rp199.000.

D. Glow Rejuve with Salmon DNA

   Menggunakan kandungan DNA salmon untuk membantu regenerasi kulit, menjadikan wajah lebih kenyal, glowing, dan awet muda. Durasi 15 menit dengan tarif Rp199.000.

E. *Eye Lifting*

Tambahan treatment yang menargetkan area mata untuk mengurangi kerutan dan membuatnya tampak lebih kencang. Harga: Rp29.000.

F. *Neck Care*

Perawatan singkat untuk menjaga kekenyalan dan kecerahan kulit leher. Biaya Rp49.000.

G. *Mask + Pore Tightening*

Treatment tambahan berupa masker yang membantu mengecilkan pori-pori dan menyegarkan kulit setelah facial. Harga Rp.49.000.

H. *Arms Slimming*

Perawatan pelangsingan 30 menit untuk membantu mengurangi lemak pada lengan dan membentuk siluet lebih ramping. Harga Rp. 299.000.

I. *Thigh Slimming*

Treatment berdurasi 30 menit untuk membantu meniruskan area paha dan membentuk tampilan tubuh yang lebih proposional. Tarif per sesi Rp. 299.000.

J. *Abdomen/Belly Slimming*

Perawatan khusus untuk area perut selama 30 menit yang membantu mengencangkan dan mengecilkan perut. Harga Rp. 299.000.



Gambar 3.3.1.1. Menu Layanan Glow&Go

Sumber : Instagram Glow&Go

3.3.2. Identitas Glow&Go

E. Logo

Logo Glow & Go merepresentasikan kesan elegan, alami, dan modern yang selaras dengan visi klinik dalam menawarkan perawatan berbasis kecantikan alami. Siluet wajah menghadap ke atas menggambarkan transformasi dan harapan positif, sementara elemen daun menekankan komitmen terhadap perawatan kulit yang sehat dan ramah lingkungan. Gaya minimalis dengan garis halus memberikan sentuhan profesional yang praktis namun tetap berkelas. (Penjelasan ini merupakan interpretasi visual berdasarkan elemen grafis yang ditampilkan)



Gambar 3.1.3.1. Logo Glow&Go

Sumber : (glow-go.com)

F. Strategi Pemasaran

Glow&Go menerapkan strategi pemasaran digital yang menyasar generasi milenial dan Gen Z melalui pemanfaatan platform seperti Instagram dan TikTok sebagai media utama promosi dan komunikasi dengan audiens.

a. Pemanfaatan Sosial Media dan Konten Visual

Glow & Go secara aktif membangun citra brand melalui konten visual menarik di media sosial. Mereka membagikan video singkat, foto, serta *highlight* dari proses perawatan singkat berdurasi 15 menit (*#GlowInMinutes*),

suasana klinik, dan hasil perawatan untuk menarik perhatian dan membangun engagement.

b. Kolaborasi dengan *Influencer* dan KOL

   Bekerja sama dengan influencer dan *Key Opinion Leader* (KOL) yang sesuai dengan target pasar untuk memperluas jangkauan promosi. Para *influencer* biasanya mencoba layanan Glow&Go lalu membagikan pengalaman mereka secara langsung lewat konten yang otentik dan *relatable*.

c. Iklan Digital dan Penargetan

   Glow & Go juga memanfaatkan iklan berbayar di platform digital untuk menjangkau audiens spesifik berdasarkan minat dan demografi. Iklan-iklan ini menyoroti layanan unggulan seperti facial cepat tanpa resep atau paket agar bisa menarik pelanggan baru dengan cara yang efisien.

d. Konten Edukatif dan Ulasan Pelanggan

   Mereka rutin membagikan informasi edukatif seputar manfaat perawatan, cara kerja treatment, serta tips kecantikan. Ulasan dan hasil nyata dari pelanggan juga dibagikan untuk memperkuat kepercayaan calon konsumen terhadap layanan yang ditawarkan.

e. Lokasi Strategis sebagai Pendukung Promosi Offline

   Dengan cabang yang tersebar di berbagai kota besar dan mall populer, kehadiran Glow & Go secara offline mendukung visibilitas brand dan menjangkau konsumen yang datang secara langsung, memperkuat integrasi antara pemasaran online dan offline.

G. SWOT

Strengths (Kekuatan)

a. Menawarkan facial express hanya dengan 15 menit tanpa perlu reservasi, ideal untuk pelanggan dengan rutinitas yang padat.
b. Biaya layanan yang terjangkau dengan standar pelayanan yang profesional dan konsisten.
c. Memiliki lokasi yang strategis di pusat perbelanjaan ternama seperti MKG, SMS, dan PIM sehingga memudahkan akses pelanggan.
d. Identitas visual yang kuat dengan logo modern yang mencerminkan keindahan alami dan gaya hidup yang sehat.

e. Suasana klinik yang bersih, nyaman, dan estetik membuat pengalaman perawatan lebih menyenangkan.
f. Rutin mengadakan promo, paket hemat, serta inovasi treatment terbaru untuk menjaga minat pelanggan.

Weakness (Kelemahan)

a. Pilihan layanan belum terlalu luas, tidak mencakup prosedur medis atau konsultasi dermatologis.
b. Tidak adanya sistem booking dapat menyebabkan waktu tunggu cukup lama saat jam sibuk.
c. Layanan belum sepenuhnya dipersonalisasi sesuai kondisi kulit spesifik pelanggan.
d. Tidak cocok untuk penanganan permasalahan kulit berat karena fokus utamanya pada perawatan ringan dan maintenance.

Opportunities (Peluang)

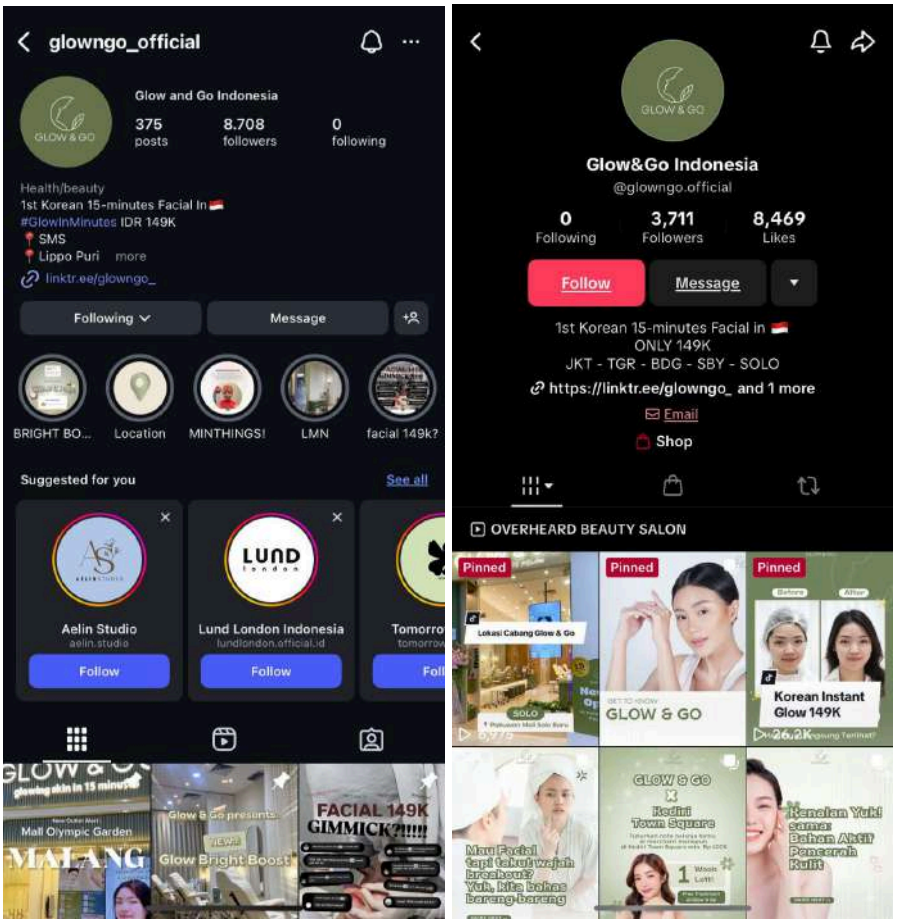
a. Peningkatan tren perawatan diri dan kesadaran akan pentingnya kesehatan kulit di kalangan masyarakat urban.
b. Peluang besar untuk berkolaborasi dengan brand skincare, influencer, atau komunitas kecantikan untuk memperluas pasar.
c. Potensi mengambangkan produk skincare eksklusif sebagai pendamping treatment di klinik.
d. Digitalisasi layanan seperti aplikasi mobile untuk booking, membership, dan sistem poin loyalitas.
e. Kesempatan membuka cabang baru di kota besar lain dengan konsep cepat, mudah, dan efisien.

Threats (Ancaman)

a. Industri kecantikan sangat kompetitif dengan banyak klinik serupa yang menawarkan harga dan layanan yang lebih menarik.
b. Perubahan tren perawatan wajah yang cepat dapat membuat layanan cepat ketinggalan zaman jika tidak ada inovasi baru.
c. Ulasan negatif yang tersebar di sosial media dapat merusak citra merek secara instan.

d. Ketidakstabilan ekonomi atau kondisi seperti pandemi dapat menurunkan minat terhadap layanan yang dianggap tidak esensial.
e. Fokus utama pelayanan cepat dapat dianggap kurang profesional atau kurang menyeluruh oleh sebagian pelanggan.

H. Sosial Media



Gambar 3.3.2.1. Instagram dan Tiktok Glow&Go

Sumber: (data pribadi)

3.3.3. Site Visit Glow&Go Summarecon Mall Serpong

Penulis melakukan survey ke Glow&Go Korean Beauty Clinic pada 10 Juli 2025 yang yang berlokasi di Summarecon Mall Serpong, BA-11B, Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15810. Berikut merupakan hasil tabel hasil survey:

Area	Fasilitas	Deskripsi	Foto
Receptionist	Layar Payment	Pada area receptionist ini menggunakan layar otomatis dengan self-service untuk memesan treatment yang akan diambil dan untuk melakukan pembayaran langsung.	
Waiting Area	Sofa Bench	Pada waiting area menggunakan sofa bench berukuran 120x40 dengan puffer untuk pelanggan menunggu antrian.	
Treatment Area	Facial Bed, Facial Machine, Mirror, Storage Box, Sheer Curtain	Pada area Treatment terdapat Facial Bed, Facial Machine yang menggunakan kabinet dorong, Kaca Build in, Storage Box untuk pelanggan menyimpan barang bawaan, dan Sheer Curtain yang ditutup saat ada pelanggan yang melaksanakan Treatment	
BOH Area	Cabinet	Pada bagian BOH menggunakan cabinet untuk menyimpan barang bawaan terapis.	

Tabel 3.3.3.2. Glow&Go Korean Beauty Clinic, Summarecon Mall Serpong, Tangerang.

Sumber : (data pribadi)

3.1.6. Site Visit Ga-On Korean Spa, Hair, and Beauty

Penulis melakukan survey ke **Ga-On Korean Spa, Hair, and Beauty** pada 10 Juli 2025 yang yang berlokasi di Jl. Gading Serpong Boulevard No. 63 Blok BA 03, Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15810. Berikut merupakan hasil tabel hasil survey:

Area	Fasilitas	Deskripsi	Foto
Receptionist	Meja Receptionist	Pada area Receptionist menggunakan Meja dengan ukuran 120 x 60	
Waiting Area	Sofa	Area tunggu dilengkapi backdrop kayu dengan logo *Ga-On*, serta sofa dan meja untuk kenyamanan pelanggan saat menunggu.	
Nail Art Area	Meja, Kursi, Standing Lamp, Shelf	Pada area Nail Art dilengkapi dengan Meja yang dilapisi dengan kaca agar mudah dibersihkan ketika terkena noda cat kuku, kursi dengan bantalan sofa agar customer duduk dengan nyaman, standing lamp agar nail artist dapat mengerjakan kuku dengan jelas, dan shelf untuk	

		men-display cat kuku.	
Hair Salon Area	Kursi Salon, Kaca, Rak Multifungsi, Pendant light, Spotlight	Pada area Hair Salon dilengkapi dengan Kursi Salon dengan finishing Leather agar mudah dibersihkan dari rambut-rambut yang menempel, Kaca Fullbody, Rak Multifungsi untuk menyimpan alat" treatment rambut, serta penerangan menggunakan pendant light dengan pencahayaan warm dan spotlight dengan pencahayaan cool	
Creambath Area	Backwash Chair , Cabinet dan kaca	Pada Area Creambath dan pembilasan rambut dilengkapi dengan Backwash Chair, Cabinet untuk menyimpan handuk dan Kaca	
Body Spa Area	Spa Bed, Side table, Curtain	Pada Body Spa Area dilengkapi dengan 2 Spa Bed pada 1 ruangan, Side table untuk menyimpan speaker dan pajangan, dan Tirai untuk memisah area satu sama lain	
Area ganti baju	-	Pada area ganti baju hanya terdapat ruangan kosong dengan finishing kayu	

Sauna Area	Build in Bench dan Electric Heater	Pada area sauna dilengkapi dengan tempat duduk bertingkat (kayu) dan electric heather	
Facial Treatment Area	Spa bed, Cabinet, Facial Machine, Rolling Stool, Multi Function Cabinet, Standing Lamp, Fridge Cabinet, Wastafel	Pada Facial Treatment Area dilengkapi dengan Spa Bed, Cabinet besi untuk menyimpan peralatan, Facial Machine, Rolling Stool untuk Therapist, Multifunchtion cabinet untuk menaruh barang" yang dipakai selama melakukan facial, Standing lamp agar therapist dapat melihat wajah pasien dengan jelas ketika melakukan treatment facial, Kulkas untuk menyimpan skincare, dan wastafel	 
Ruang Bilas	Shower, Locker, Counter Table, Stool, Cabinet, Kaca	Pada area ruang bilas dilengkapi dengan area shower, lemari loker untuk menyimpan baju ganti, Counter table untuk area hair dryer, Stool, Cabinet untuk menyimpan peralatan seperti tisu, kapas dll dan kaca.	 

Tabel 3.3.3.3. Ga-On Korean Spa, Gading Serpong, Tangerang.

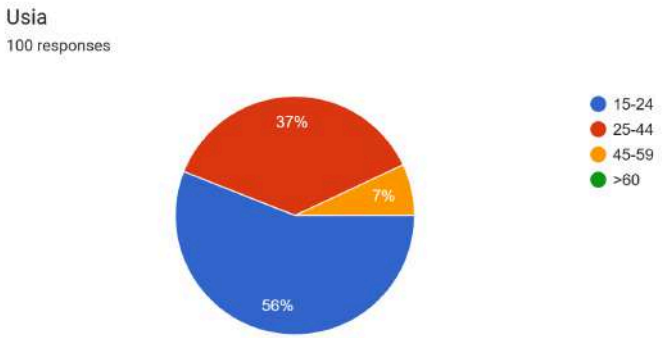
Sumber : (data pribadi)

3.2. Hasil Kuesioner Kebutuhan Pengguna Jasa *Korean Beauty Wellness Center*

Dalam merancang *Korean Beauty Wellness Center,* penulis melakukan survei untuk menggali pemahaman responden mengenai konsep healing, pandangan responden terhadap *beauty wellness center,* serta ketertarikan pada perawatan khas Korea. Hasil dari kuesioner ini akan menjadi acuan dalam merumuskan konsep dan fasilitas yang tepat sasaran. Berikut merupakan diagram hasil kuesioner :

A. Usia Responden

Mayoritas responden, sekitar 58% berada pada rentang usia 15-24 tahun, menandakan bahwa kelompok usia muda menjadi target utama pasar untuk layanan *beauty wellness* dan perawatan ala Korea. Selain itu, terdapat juga responden dari kelompok usia 25-44 tahun sebanyak 37% dan sebagian kecil berusia dari 45-59 tahun sebanyak 7% yang mengindikasikan bahwa minat terhadap layanan ini juga meluas hingga kalangan dewasa.

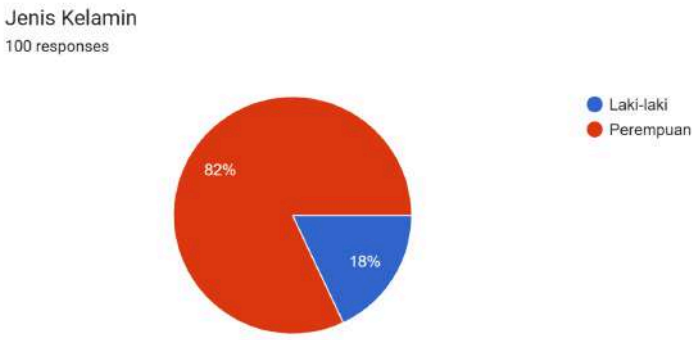


Gambar 3.2.1. Diagram Hasil Persentase Hasil Usia Responden

Sumber : data pribadi

B. Jenis Kelamin

Sebagian besar responden, yakni sekitar 82% adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa wanita memiliki kesadaran dan kebutuhan yang lebih tinggi terhadap layanan *wellness* dan perawatan diri. Sementara itu, laki-laki menyumbang sekitar 18% dari responden, yang berarti *Korean Beauty Wellness Center* juga berpotensi menarik minat pasar pria yang mulai memperhatikan kesehatan dan relaksasi.

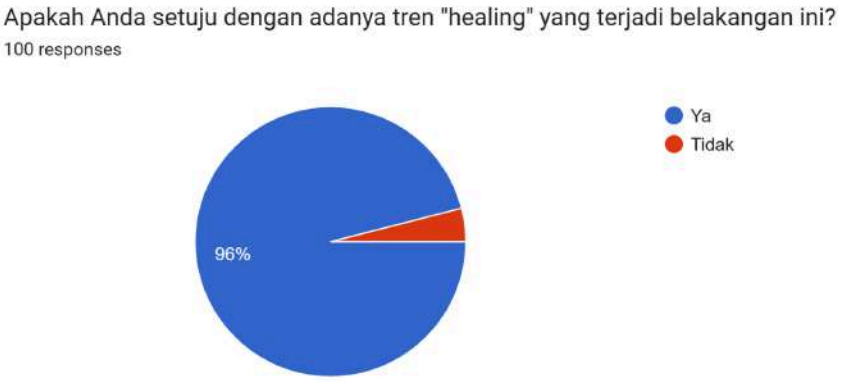


Gambar 3.2.2. Diagram Hasil Persentase Hasil Jenis Kelamin Responden

Sumber : data pribadi

C. Persepsi Terhadap Tren "*Healing*"

Sekitar 96% responden menyatakan setuju dengan tren healing yang saat ini tengah berkembang. Tren ini sangat relevan dengan gaya hidup modern yang menuntut keseimbangan antara aktivitas sehari-hari dan kebutuhan *self-care*. Sebanyak 4% masih kurang setuju dengan tren ini.



Gambar 3.2.3. Diagram Hasil Persentase Hasil Persepsi Responden

Sumber : data pribadi

D. Persepsi Responden Akan Arti ""*Healing*"

Sebanyak 60% responden menyatakan setuju bahwa arti dari kata "*Healing*" itu sendiri adalah sebuah aktivitas untuk memanjakan diri dan melepas penat. Sedangkan 36% responden menyatakan "*Healing*" merupakan proses pemulihan baik secara fisik maupun emosional. 4% responden lainnya setuju bahwa "Healing" hanya tren gaya hidup yang berkaitan dengan *travelling* dan *self-care.*

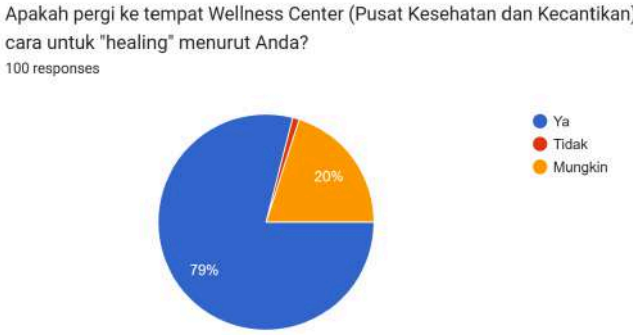


Gambar 3.2.4. Diagram Hasil Persentase Persepsi Arti "*Healing*" bagi Responden

Sumber : data pribadi

E. *Wellness Center* sebagai Sarana "*Healing*"

Sekitar 79% responden berpendapat bahwa *Beauty Wellness Center* merupakan salah satu sarana yang efektif untuk *healing.* Sekitar 20% dari responden menjawab "mungkin", mengindikasikan ketidakyakinan yang masih ada. Sementara 1% dari responden menolak dan tidak setuju bahwa *Beauty Wellness Center* dapat dikategorikan sebagai sarana *healing.*



Gambar 3.2.5. Hasil Persentase Persepsi *Wellness Center* sebagai sarana "*Healing*"

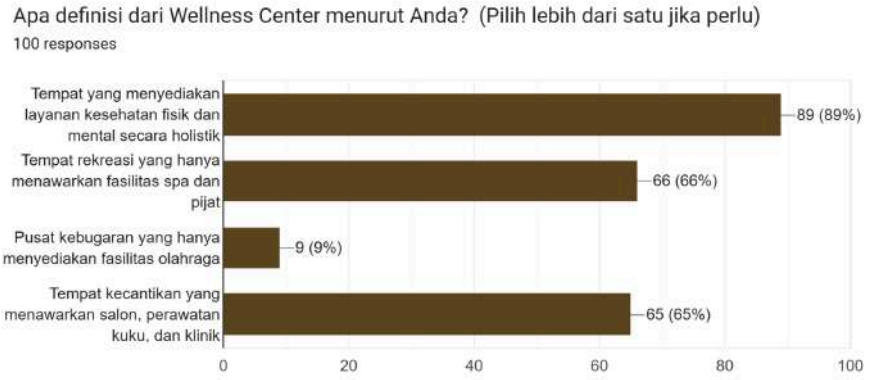
Sumber : data pribadi

F. Definisi *Beauty Wellness Center* Menurut Responden

Pemahaman responden tentang *Beauty Wellness Center* cukup beragam, antara lain:

a. Tempat yang menyediakan layanan kesehatan holistik, mencakup aspek fisik dan mental sebanyak 89%
b. Tempat rekreasi dengan fasilitas spa dan pijat sebanyak 66%
c. Tempat kecantikan seperti salon, klinik, dan perawatan kuku sebanyak 65%
d. Pusat kebugaran yang hanya menyediakan fasilitas olahraga sebanyak 9%

Hal ini menunjukkan bahwa responden mengharapkan *Korean Beauty Wellness Center* mampu menghadirkan layanan yang komprehensif, tidak hanya sekedar spa tapi juga layanan kesehatan dan kecantikan.



Gambar 3.2.6. Hasil Persentase Definisi *Beauty Wellness Center*

Sumber : data pribadi

G. Layanan Wellness yang Pernah Digunakan

Layanan *wellness* yang paling sering digunakan oleh responden meliputi spa dan refleksi, kemudian salon dan klinik kecantikan. Diperkirakan 78% responden pernah menggunakan Spa, 85% pernah melakukan refleksi, 72% salon, dan 40% nail salon.



Gambar 3.2.7. Hasil Persentase Layanan *Beauty Wellness Center* yang pernah digunakan

Sumber : data pribadi

H. Frekuensi Penggunaan Jasa dan Fasilitas *Beauty Wellness Center* Responden

Penggunaan layanan ini umumnya bersifat berkala, yaitu 0–2 kali dalam seminggu, yang menunjukkan bahwa *wellness* menjadi bagian dari rutinitas perawatan diri responden.



Gambar 3.2.8. Hasil Persentase Frekuensi penggunaan jasa *Beauty Wellness Center*

Sumber : data pribadi

I. Pengetahuan Responden tentang Perawatan Korea

Sebagian besar dari responden, yaitu sekitar 96% memiliki pengetahuan yang cukup tentang berbagai macam perawatan khas Korea yang sudah umum dan populer seperti *Korean Facial, Gua Sha Therapy, Jimjillbang Therapy, Korean Body Scrub (Seshin), BB Glow Treatment*, dan *Hanbang Skincare*. Hal ini menunjukkan tingkat kesadaran dan ketertarikan yang tinggi terhadap budaya perawatan ala Korea, terutama di kalangan yang mengikuti tren kecantikan dan *wellness*.

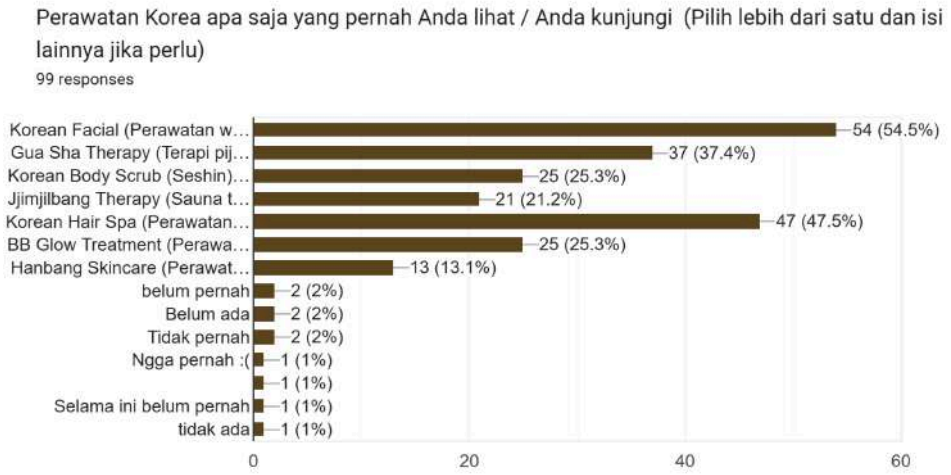


Gambar 3.2.9. Hasil Persentase Frekuensi penggunaan jasa *Beauty Wellness Center*

Sumber : data pribadi

J. Perawatan Korea yang Pernah Dicoba Responden

Sekitar 90% dari responden sudah pernah mencoba satu atau beberapa jenis perawatan Korea, termasuk yang paling populer *Korean Facial, Gua Sha Therapy, Korean Hair Spa, Jimjillbang Therapy, Korean Body Scrub,* dan *BB Glow*. Hasil ini membuktikan bahwa konsep perawatan khas Korea memiliki potensi besar untuk diterima pasar.

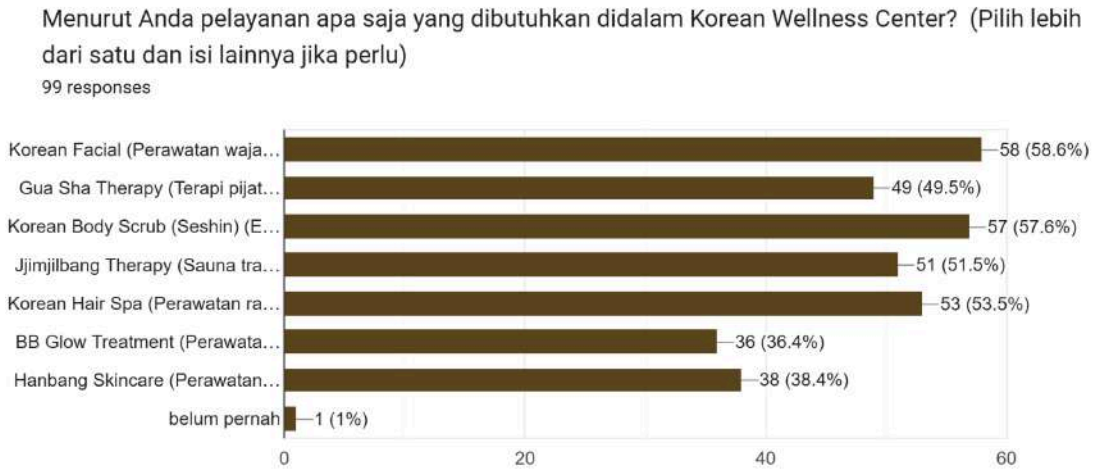


Gambar 3.2.10. Hasil persentase perawatan Korea yang pernah dicoba

Sumber : data pribadi

K. Fasilitas yang Diinginkan dalam *Korean Beauty Wellness Center*

Sebagian besar responden menginginkan fasilitas yang lengkap dan menyeluruh. Sebanyak 58 responden menginginkan layanan *Korean Facial*, 49 responden *Gua Sha Therapy*, 57 responden *Jimjillbang Therapy*, 53 responden *Korean Hair Spa*, 36 responden *BB Glow Treatment*, 38 responden *Hanbang Skincare Treatment*.

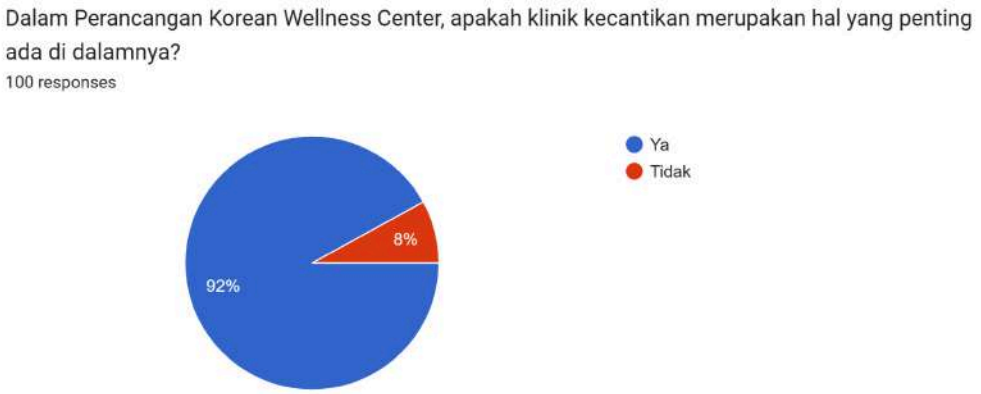


Gambar 3.2.11. Hasil persentase fasilitas yang diinginkan

Sumber : data pribadi

L. Klinik Kecantikan dalam Wellness Center

Sebanyak 92% responden menilai keberadaan klinik kecantikan sebagai bagian penting dalam *Korean Beauty Wellness Center*. Hal ini memperkuat pentingnya menghadirkan layanan medis-estetik yang profesional sebagai pelengkap konsep *healing* yang menyeluruh.



Gambar 3.2.12. Hasil persentase persepsi klinik kecantikan dalam *Wellness Center*

Sumber : data pribadi

M. Lokasi Ideal untuk *Korean Beauty Wellness Center*

Pilihan lokasi ideal bagi *Korean Beauty Wellness Center* dari responden sangat beragam, meliputi kawasan perkantoran atau perkotaan 73%, Area Wisata Alam 13%, Mall atau Pusat Perbelanjaan 8%, dan Pusat Rekreasi (Hotel) 6%. Variasi lokasi ini menunjukkan fleksibilitas konsep wellness center untuk beradaptasi di berbagai lingkungan sesuai dengan kebutuhan dan target pasar.

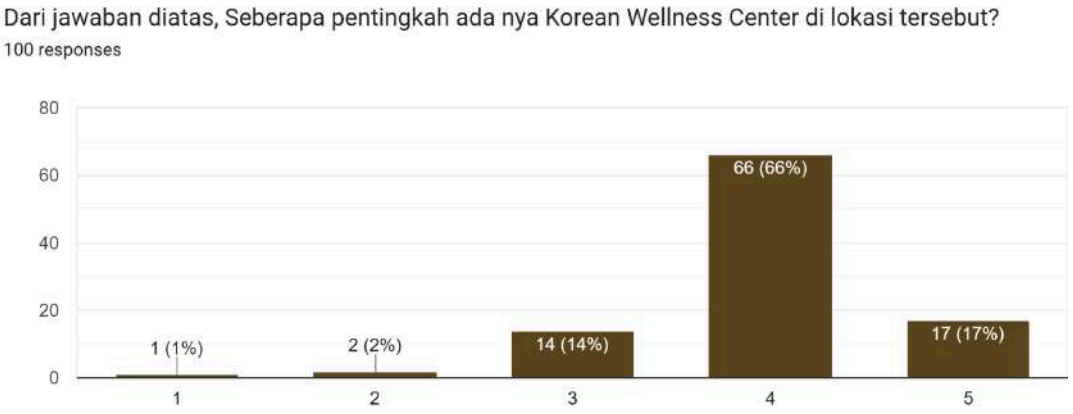


Gambar 3.2.13. Hasil persentase persepsi lokasi ideal untuk *Korean Beauty Wellness Center*

Sumber : data pribadi

N. Tingkat Kepentingan Keberadaan *Korean Beauty Wellness Center*

Mayoritas responden, sekitar 83% memberikan penilaian tinggi (skor 4 atau 5 dari skala 1–5) terkait pentingnya keberadaan *Korean Beauty Wellness Center* di lokasi pilihan mereka. Hal ini mengindikasikan bahwa *beauty wellness center* dianggap sangat relevan dan mampu memenuhi kebutuhan relaksasi serta perawatan diri masyarakat.



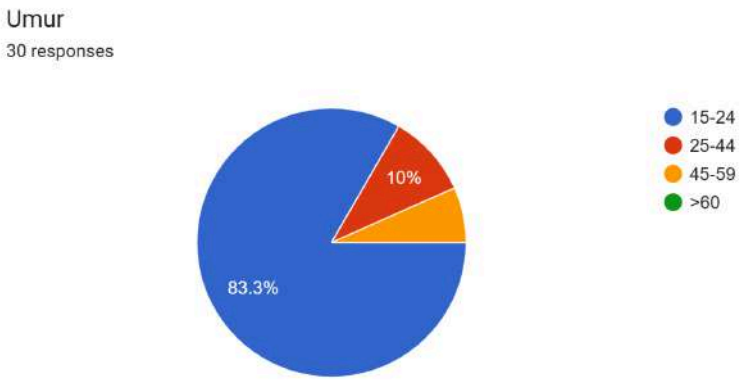
Gambar 3.2.14. Hasil persentase tingkat kepentingan keberadaan *Korean Wellness Center*

Sumber : data pribadi

3.3. Hasil Kuesioner Preferensi Warna Interior Untuk Tempat Spa

A. Usia Responden

Mayoritas responden, sekitar 83.3% berusia 15-24 tahun. Hal Ini menunjukkan bahwa generasi muda adalah target utama yang paling responsif terhadap desain dan suasana interior spa. Sekitar 10% berusia 25-44 tahun, yang mengindikasikan bahwa kalangan dewasa juga memiliki kepedulian terhadap kenyamanan spa. 2% sisanya berusia 45-59 tahun yang meskipun lebih sedikit tetap menjadi segmen potensial dalam desain ruang spa.

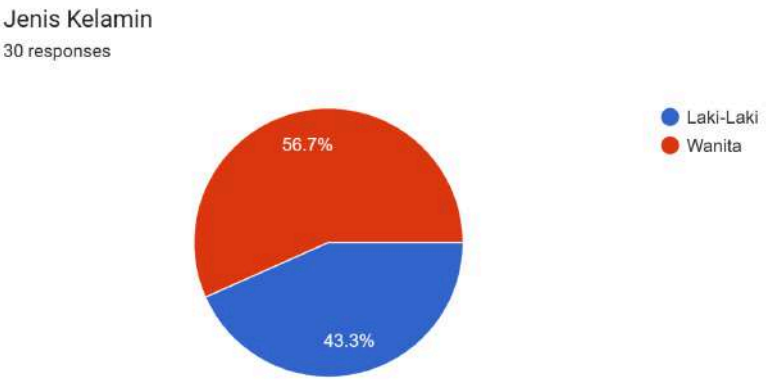


Gambar 3.3.1. Hasil Persentase Usia Responden

Sumber : data pribadi

B. Jenis Kelamin

Sebagian besar responden, yaitu sebesar 56.7% wanita dan 43.3% laki-laki. Ini menunjukkan bahwa wanita memiliki tingkat kepedulian yang tinggi terhadap suasana, estetika, dan kenyamanan ruang spa. Di sisi lain, mengindikasikan bahwa tren relaksasi dan perawatan diri juga mulai mendapat perhatian dari kalangan pria.



Gambar 3.3.2. Hasil Persentase Jenis Kelamin Responden

Sumber : data pribadi

C. Pengalaman Responden ke Tempat Spa

83.3% responden menyatakan pernah mengunjungi tempat spa, sedangkan 16.7% lainnya belum pernah mengunjungi tempat spa.

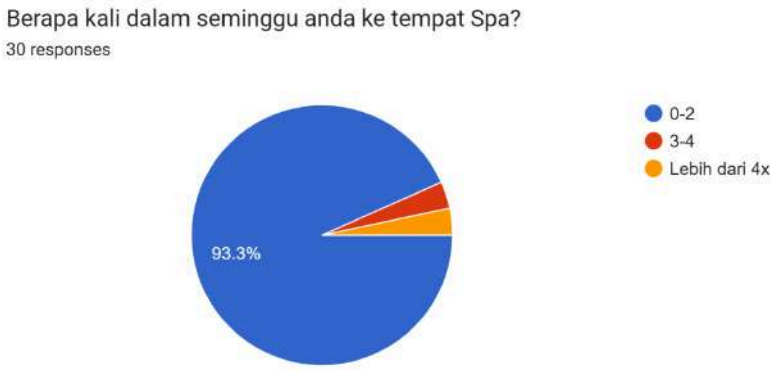


Gambar 3.3.3. Hasil Persentase Pengalaman Responden

Sumber : data pribadi

D. Frekuensi Responden ke Tempat Spa

Lebih dari 90% responden yaitu sekitar 93.3% mengunjungi tempat spa 0-2x dalam seminggu. Hanya sebagian kecil yang mengunjungi spa lebih dari 3 kali dalam seminggu. Ini memperlihatkan bahwa kunjungan ke spa umumnya dilakukan secara berkala sebagai bagian dari rutinitas perawatan dan relaksasi, bukan sebagai kebutuhan harian.

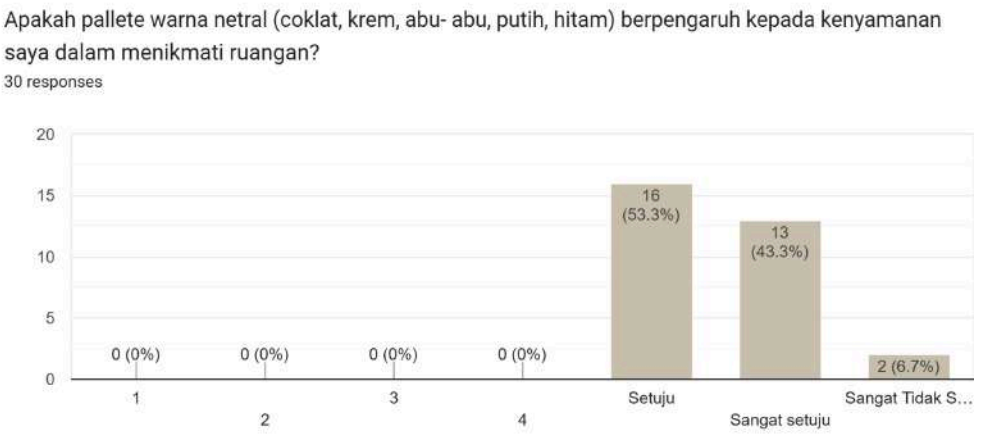


Gambar 3.3.4. Hasil Persentase Frekuensi Responden ke tempat spa

Sumber : data pribadi

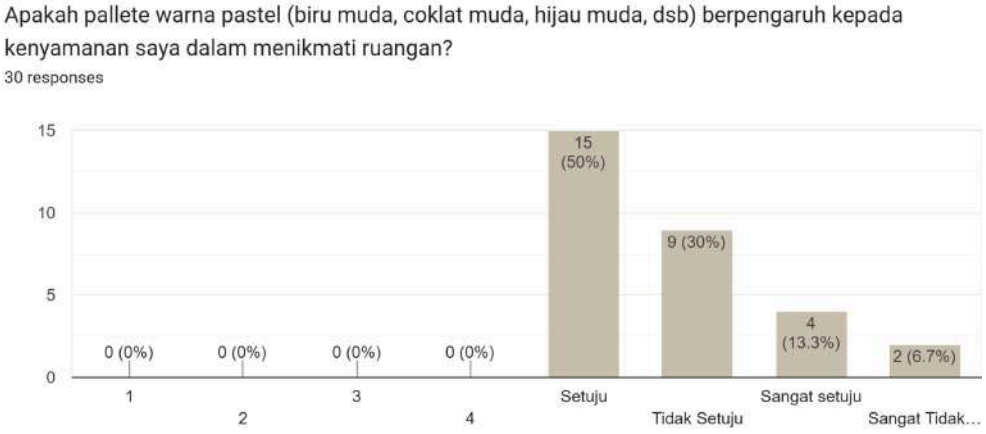
E. Pengaruh Warna terhadap Kenyamanan Responden

Warna netral seperti krem, coklat, abu-abu, putih, dan hitam dinilai memberikan rasa nyaman oleh 70–80% responden, karena mampu menciptakan kesan bersih dan hangat. Warna pastel juga cukup diminati, dengan 60–70% responden mengaku merasa lebih nyaman dengan warna-warna lembut seperti biru muda dan hijau muda. Sebaliknya, warna monokromatik memunculkan pendapat yang lebih beragam. Sekitar 40–50% merasa nyaman, sementara sisanya menganggapnya kurang sesuai untuk suasana spa.



Gambar 3.3.5. Hasil Persentase Preferensi Pallete Warna Netral

Sumber : data pribadi



Gambar 3.3.6. Hasil Persentase Preferensi Pallete Warna Pastel

Sumber : data pribadi

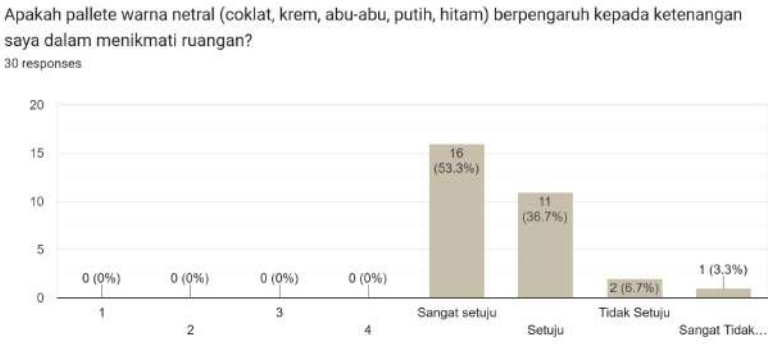


Gambar 3.3.7. Hasil Persentase Pallete Warna Monokromatik

Sumber : data pribadi

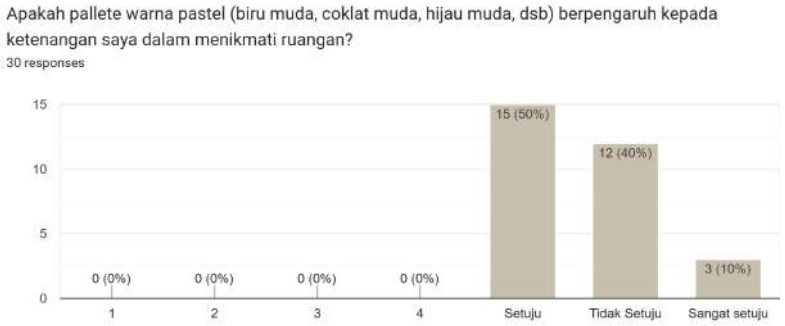
F. Pengaruh Warna terhadap Ketenangan Ruangan

Warna netral kembali unggul dalam menciptakan efek tenang, dengan dukungan dari sekitar 70–80% responden. Warna pastel juga dianggap memberikan efek menenangkan oleh 60–70% responden. Namun, palet monokromatik menghasilkan tanggapan yang cenderung tidak stabil. Beberapa merasa tenang, tetapi sebagian lainnya justru merasa terganggu.



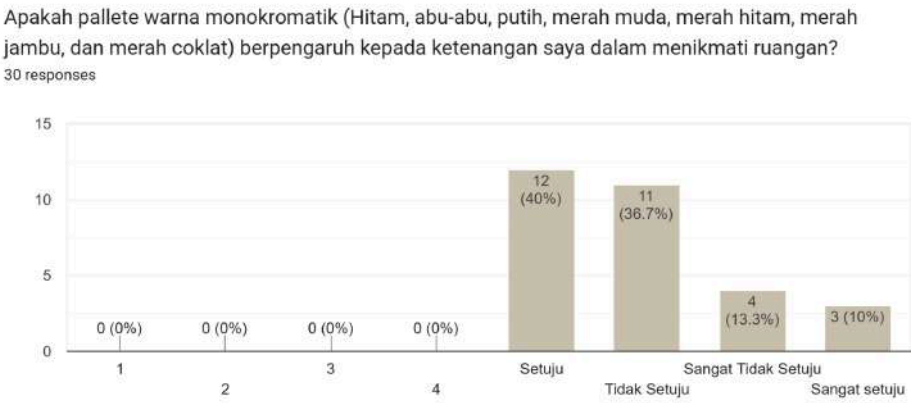
Gambar 3.3.8. Hasil Persentase Pengaruh Pallete Warna Netral pada Kenyamanan

Sumber : data pribadi



Gambar 3.3.9. Hasil Persentase Pengaruh Pallete Warna Pastel pada Kenyamanan

Sumber : data pribadi

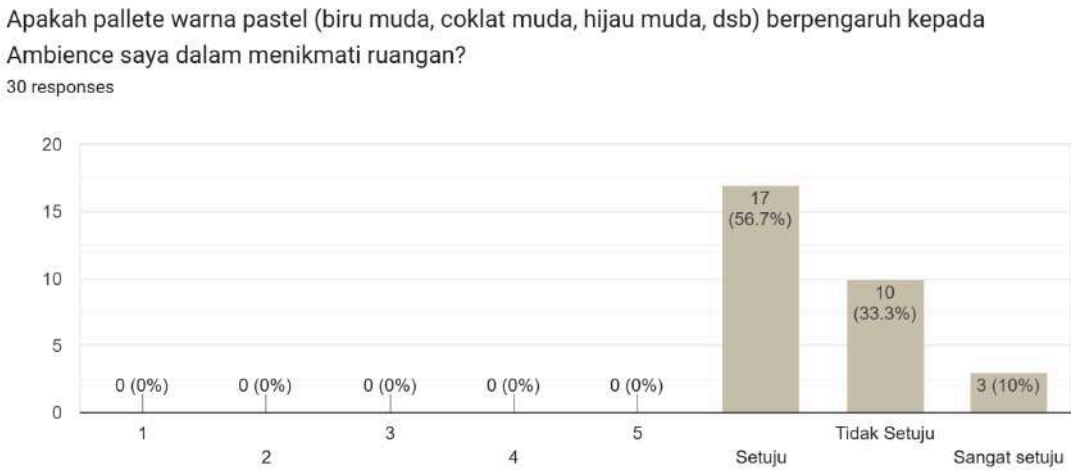


Gambar 3.3.10. Hasil Persentase Pengaruh Pallete Warna Monokromatik pada Kenyamanan

Sumber : data pribadi

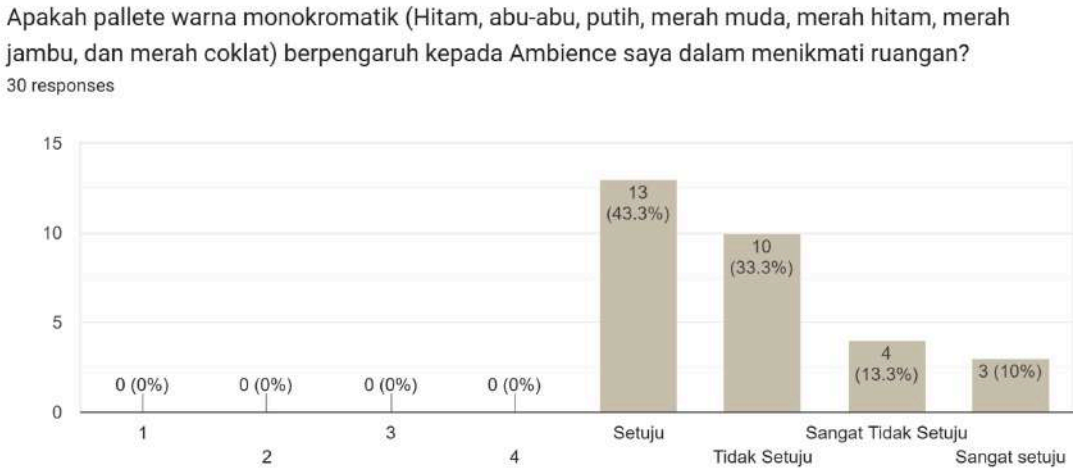
G. Pengaruh Warna terhadap *Ambience* Ruangan

Kombinasi warna netral dan pastel dianggap paling efektif dalam menciptakan *ambience* spa yang lembut dan menenangkan, sebagaimana disetujui oleh 70–80% responden. Sebaliknya, warna monokromatik, meski memiliki nilai artistik, dianggap sebagian responden sebagai terlalu tegas atau formal, dan hanya sekitar 40–50% yang merasakan ambience spa lebih baik dengan palet ini.



Gambar 3.3.11. Hasil Persentase Pengaruh Pallete Warna Pastel pada *Ambience*

Sumber : data pribadi



Gambar 3.3.12. Hasil Persentase Pengaruh Pallete Warna Monokromatik pada Ambience

Sumber : data pribadi

H. Persepsi terhadap Kombinasi Warna

Sekitar 65–70% responden menyatakan tidak nyaman dengan perpaduan warna mencolok, karena dianggap mengganggu ketenangan saat menikmati layanan spa. Sebaliknya, penggunaan satu warna dominan disukai oleh 60–70% responden, karena

menciptakan kesan fokus dan elegan. Menggunakan warna berbeda untuk setiap area dinilai kurang efektif, karena menurunkan kesan harmonis. Sementara itu, penggunaan satu palet warna untuk keseluruhan ruang diapresiasi oleh mayoritas responden karena menciptakan keselarasan visual.



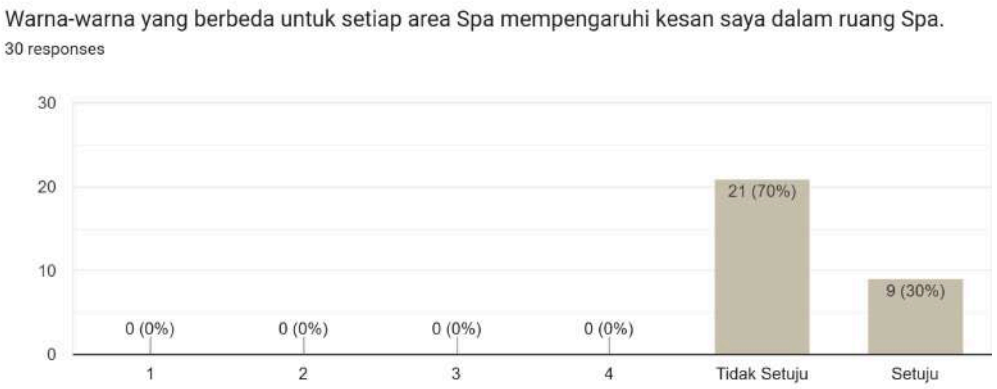
Gambar 3.3.13. Hasil Persentase Preferensi Warna yang mencolok pada tempat spa

Sumber : data pribadi



Gambar 3.3.14. Hasil Persentase Preferensi Warna yang Dominan pada tempat spa

Sumber : data pribadi



Gambar 3.3.15. Hasil Persentase Preferensi Warna yang Berbeda pada tempat spa

Sumber : data pribadi

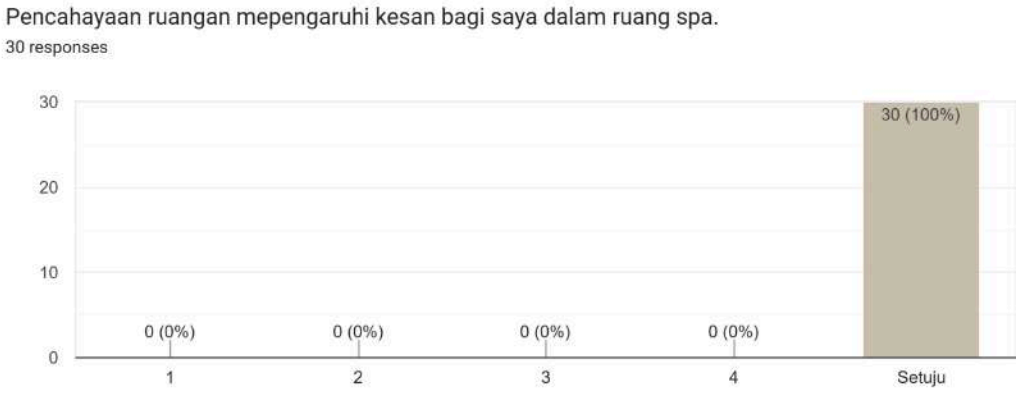


Gambar 3.3.16. Hasil Persentase Preferensi Satu Pallete Warna pada tempat spa

Sumber : data pribadi

I. Pengaruh Pencahayaan terhadap Ruang Spa

Seluruh responden menyatakan bahwa pencahayaan berperan penting dalam menciptakan kesan ruang spa. Pencahayaan yang tepat tidak hanya memperkuat efek dari palet warna, tetapi juga mendukung suasana nyaman dan tenang yang diharapkan dari sebuah ruang perawatan.



Gambar 3.3.17. Hasil Persentase Pencahayaan ruangan mempengaruhi kessn responden

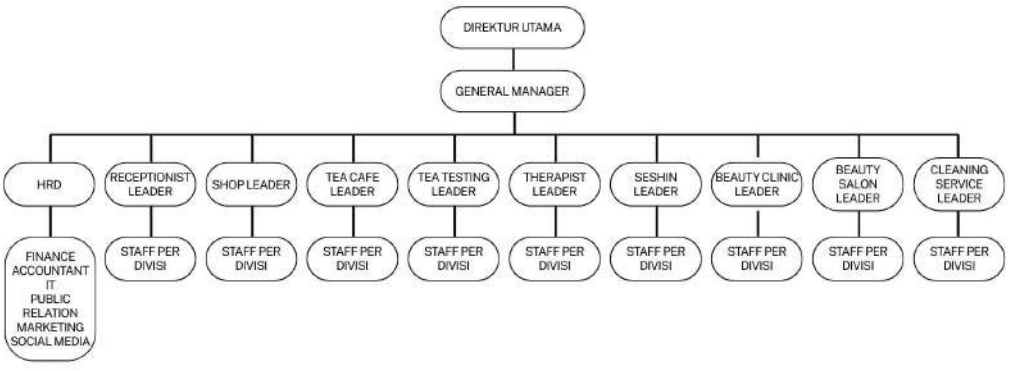
Sumber : data pribadi

BAB IV
PERANCANGAN

4.1 Konsep Perancangan

4.1.1 Data dan Struktur Organisasi Han-Na Beauty Wellness Center

Han-Na Beauty Wellness Center merupakan pusat kesehatan dan kecantikan modern yang mengadopsi konsep Korean Wellness Lifestyle untuk memenuhi kebutuhan masyarakat urban. Berlokasi di kawasan premium, Han-Na menghadirkan layanan mulai dari spa relaksasi, perawatan kulit tubuh sampai dengan wajah, perawatan rambut, hingga program kecantikan dan kebugaran yang didukung tenaga profesional seperti dokter, terapis, dan instruktur berpengalaman. Dengan visi menjadi destinasi Wellness premium yang memadukan tradisi Korea dengan gaya hidup modern, Han-Na berkomitmen menyediakan fasilitas lengkap, nyaman, dan eksklusif sehingga pelanggan tidak hanya mendapatkan perawatan tubuh dan kecantikan, tetapi juga pengalaman holistik untuk relaksasi, pemulihan, serta peningkatan kualitas hidup.Tagline “All You Need in One Place” menggambarkan peran Han-Na sebagai destinasi wellness yang menghadirkan semua layanan perawatan tubuh, kecantikan dan kesehatan mental di satu lokasi premium. Konsep ini memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk memperoleh pengalaman menyeluruh, praktis, dan berkualitas tanpa harus mencari di tempat lain.



Gambar 4.1.1 Struktur Organisasi Han-Na Beauty Wellness Center

Sumber : (data pribadi)

Struktur organisasi *Han-Na Beauty Wellness Center* yang paling tinggi dipegang oleh Direksi utama, kemudian turun ke *General Manager* dan turun ke HRD. *Receptionist* sebagai penjaga *entrance* dan melakukan *check-in list* dan penyambutan pelanggan, *Shop leader* sebagai penjaga area *commercial store*, *Tea Cafe leader* sebagai pengurus utama bagian *Cafe* dan melakukan *quality control* pada makanan dan minuman yang dihidangkan, *Therapist leader* dan *Seshin leader* sebagai pengurus bagian relaksasi yang pengecekan kelengkapan SOP yang ada, *Beauty Clinic leader* sebagai pengurus di bagian *Beauty Clinic* dan memastikan kebersihan dan SOP yang sudah ditentukan, dan *Beauty Salon leader* sebagai pengurus di bagian *Hair Salon, Nail Salon* dan *Eyelash Extension*.*Cleaning service leader* bertugas untuk memastikan setiap area *Wellness* dalam keadaan bersih sesuai dengan ketentuan SOP.

4.1.2 Program Aktivitas

Waktu bekerja yang akan dilakukan di *Han-Na Beauty Wellness Center:*

1. Persiapan buka yang akan dilakukan mulai pukul 08.00 sampai pukul 20.00.
2. Shift pagi untuk seluruh staf, mulai dari resepsionis, staf tea cafe dan komersil, terapis pijat dan seshin, dokter beauty clinic, dan staf beauty salon. Waktu masuk kerja dimulai pada pukul 07.30, setengah jam sebelum beauty wellness center buka guna untuk mempersiapkan diri, ruang treatment, dan produk display.
3. Pada shift sore dimulai pada pukul 13.30 setelah jam istirahat makan siang sampai dengan 08.30 guna untuk bersih-bersih area spa dan mempersiapkan ruangan untuk besok.

4.1.3 Lingkungan Makro

Lokasi Han-Na Beauty Wellness Center yang berada persis di depan Sopo Del Tower, kawasan SCBD Jakarta Selatan menawarkan keunggulan strategis di jantung kawasan bisnis, finansial, dan gaya hidup paling prestisius di kota Jakarta. Wilayah tersebut tidak hanya terpusat pada aktivitas ekonomi, tetapi juga dikenal sebagai simbol kawasan urban kelas atas yang menyediakan fasilitas modern seperti apartemen elit, perkantoran bergengsi, pusat hiburan, dan ruang hijau untuk mendukung kenyamanan serta privasi penggunanya. Penunjang mobilitas seperti jalur MRT Utara-Selatan dan kemudahan akses tol semakin mengoptimalkan konektivitas SCBD serta memperkuat daya tarik kawasan sebagai pionir pengembangan Transit Oriented Development (TOD) yang mendorong masyarakat urban

untuk memilih properti di sekitar simpul transportasi sehingga menghasilkan efisiensi waktu tempuh aktivitas sehari-hari.



Gambar 4.1.3 Peta SCBD, Jakarta Selatan
Sumber: x.com/rizkidwika

Secara demografis, pada tahun 2025 jumlah penduduk Jakarta Selatan lebih dari 2,33 juta jiwa yang didominasi oleh kalangan menengah ke atas, profesional muda, dan ekspatriat yang mengedepankan gaya hidup yang berkualitas, serta mengapresiasi tren *wellness* dan kesehatan. Kecenderungan pasar properti di kawasan SCBD dan sekitarnya sangat dinamis, tercermin dari kenaikan signifikan harga hunian premium, tingginya hunian apartemen, serta tingginya permintaan layanan hybrid yang menunjang gaya hidup sehat. Pengembangan fasilitas penunjang, mulai dari kafe, restoran, pusat kebugaran, hingga fasilitas publik modern dan lingkungan yang asri, membuat SCBD semakin menarik bagi masyarakat yang menginginkan pengalaman *wellness* terbaik.

Tingginya permintaan layanan wellness berkualitas sejalan dengan tumbuhnya segmen properti premium, urbanisasi tenaga kerja profesional, serta semakin kuatnya kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat di Jakarta. Dengan mengintegrasikan semua

faktor ini, *Han-Na Beauty Wellness Center* sangat berpotensial untuk berkembang menjadi destinasi utama di ranah *wellness* premium di Jakarta Selatan, khususnya di SCBD.

4.1.4 Lingkungan Makro

Lingkungan makro Han-Na Beauty Wellness Center sangat dipengaruhi oleh posisi strategisnya yang berada di depan Sopo Del Tower yang merupakan salah satu ikon perkantoran premium di kawasan SCBD, Jakarta Selatan.



Gambar 4.1.4 Lokasi Makro Han-Na
Sumber : google earth

Lokasi ini dikelilingi oleh pusat bisnis, perkantoran multinasional, hunian apartemen mewah, hotel mewah, hingga pusat hiburan dan *lifestyle* kelas atas. Dari sisi ekonomi, keberadaan kalangan profesional dengan daya beli tinggi di sekitar Sopo Del Tower membuka peluang besar bagi layanan wellness yang eksklusif dan berstandar internasional. Secara sosial, konsumen di area ini memiliki gaya hidup modern yang menekankan kesehatan, kecantikan, serta keseimbangan hidup atau yang biasa di sebut *work, life balanced* sehingga permintaan terhadap layanan wellness yang praktis akan semakin meningkat.

Dari aspek budaya, tren *Korean lifestyle* dan *K-Beauty* yang semakin populer di kalangan masyarakat urban Jakarta memperkuat relevansi konsep Han-Na sebagai beauty wellness center dengan nuansa Korea. Dari sisi demografis, target utama Han-Na adalah Gen

Z, ekspatriat, pekerja kantoran, dan masyarakat usia produktif yang beraktivitas di kawasan SCBD dengan tingkat stres tinggi dan kebutuhan akan tempat relaksasi yang mudah di akses dari kantor maupun hunian. Faktor teknologi juga sangat mendukung, dengan sistem reservasi online, aplikasi mobile, hingga digital marketing yang sesuai dengan pola konsumsi masyarakat urban. Selain itu, isu kesehatan mental dan gaya hidup seimbang menjadi perhatian utama di kalangan pekerja SCBD, sehingga Han-Na hadir sebagai solusi holistik yang menggabungkan modernitas, kenyamanan, dan nuansa budaya Korea di tengah pusat bisnis paling prestisius di Jakarta. Dengan kombinasi lokasi strategis di Sopo Del Tower, daya beli konsumen yang kuat, tren global, serta dukungan teknologi, lingkungan makro Han-Na memberikan pondasi yang sangat kondusif bagi pertumbuhan dan keberlangsungan bisnis Beauty Wellness modern.

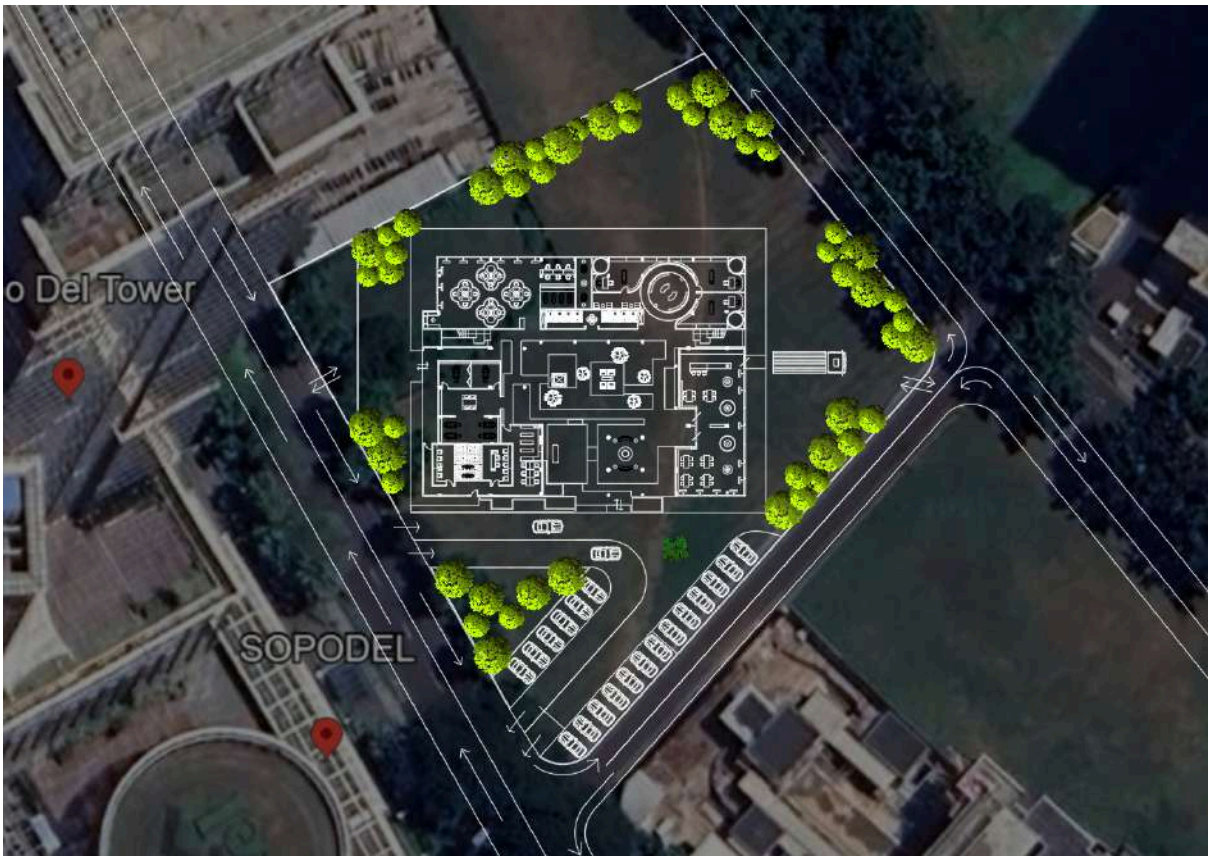
4.1.4.1 Analisis Site

Han-Na Beauty Wellness Center berlokasi strategis tepat di depan Sopo Del Tower di kawasan SCBD, Jakarta Selatan yang merupakan salah satu pusat bisnis dan finansial paling prestisius di Indonesia. SCBD dikenal sebagai area dengan konsentrasi tinggi perusahaan multinasional, kantor korporasi besar, bank, firma hukum internasional, serta pusat komersial modern. Posisi ini memberikan Han-Na akses langsung ke target pasar potensial berupa kalangan muda, eksklusif, hingga ekspatriat yang setiap harinya beraktivitas di area tersebut.

Dari segi infrastruktur, SCBD memiliki keunggulan aksesibilitas dengan jaringan jalan utama, jalur tol, serta transportasi publik seperti MRT, TransJakarta, hingga konektivitas ke kawasan bisnis lain di Jakarta. Lokasi ini juga berdekatan dengan hunian apartemen mewah, hotel berbintang 5, pusat hiburan, dan *lifestyle center* sehingga mendukung kebutuhan pelanggan yang mencari layanan wellness premium dengan akses cepat dan praktis. Selain itu, demografi masyarakat di SCBD didominasi kelompok dengan daya beli tinggi dan gaya hidup modern yang semakin sadar akan pentingnya kesehatan fisik, kecantikan, serta keseimbangan mental. Kehadiran HAN-NA dengan konsep Korean wellness lifestyle semakin relevan, mengingat tren K-Beauty, K-Pop, dan budaya Korea sangat diminati oleh kalangan urban Jakarta, terutama generasi muda dan profesional menengah ke atas. Kombinasi antara tingginya mobilitas kerja, tingkat stres yang besar, serta kebutuhan akan relaksasi menjadikan lokasi ini sangat tepat untuk pengembangan wellness center.

Dengan memanfaatkan potensi lingkungan sekitar Sopo Del Tower yang ramai, eksklusif, dan sarat dengan aktivitas bisnis kelas dunia, HAN-NA Wellness Center bukan hanya hadir sebagai tempat perawatan, tetapi juga sebagai destinasi gaya hidup premium. Kehadirannya di SCBD memperkuat posisi HAN-NA sebagai solusi holistik untuk kesehatan, kecantikan, dan mental wellness yang dibutuhkan oleh masyarakat urban dengan standar internasional.

4.14.2 Analisis Tapak



Gambar 4.1.4.2 Analisis Tapak

Sumber : (data pribadi)

Fasilitas yang ada di Han-Na Beauty Wellness Center dibagi menjadi beberapa bagian yaitu:

1. Pencahayaan alami

   Tapak berada di kawasan SCBD yang dikelilingi bangunan tinggi, namun sisi yang menghadap ke area terbuka masih mendapatkan akses cahaya matahari cukup baik. Hal ini mendukung penerangan alami di siang hari, dengan catatan diperlukan elemen peneduh seperti kanopi, vertical fins, atau secondary skin untuk mengurangi panas berlebih dan silau.
2. Penghawaan

Kondisi kawasan urban dengan massa bangunan padat menimbulkan potensi hambatan sirkulasi udara (urban canyon effect). Meski demikian, area terbuka di sekitar tapak memungkinkan masuknya angin terutama dari arah jalan utama. Penerapan ventilasi silang (cross ventilation) serta dukungan sistem mekanikal dengan filter udara diperlukan agar kualitas udara tetap terjaga.

3. Kebisingan

   Tingkat kebisingan di kawasan SCBD cukup tinggi akibat lalu lintas kendaraan dan aktivitas komersial. Sisi tapak yang berbatasan langsung dengan jalan raya memiliki intensitas kebisingan lebih tinggi dibanding sisi yang menghadap ruang terbuka hijau. Oleh karena itu, ruang-ruang dengan kebutuhan ketenangan (treatment room, meditation area) sebaiknya ditempatkan pada sisi yang lebih terlindung. Upaya mitigasi kebisingan dapat dilakukan dengan penggunaan buffer vegetasi, desain landscape berlapis, serta material peredam akustik seperti kaca laminated dan panel isolasi suara.

4. Akses dan Sirkulasi

   Tapak memiliki potensi untuk mengoptimalkan pemisahan jalur sirkulasi. Jalur utama pengunjung dapat diarahkan ke lobby melalui akses bawah, sementara jalur khusus servis dan distribusi barang ditempatkan di area atas. Pemisahan akses ini mendukung efisiensi operasional sekaligus meningkatkan kenyamanan pengunjung. Signage serta penataan pedestrian perlu dirancang jelas agar alur sirkulasi tidak tumpang tindih.

5. Transportasi dan Konektivitas

   Lokasi strategis di SCBD memudahkan akses melalui transportasi publik, shuttle bus, maupun kendaraan pribadi. Perlu disediakan area drop-off representatif di depan lobby serta pedestrian walkway yang aman dan nyaman dari halte menuju bangunan.

6. Parkir

   Area parkir direncanakan terpisah antara pengunjung dan staf, dengan kapasitas yang disesuaikan dengan proyeksi kebutuhan operasional. Parkir tambahan untuk sepeda, motor, serta charging station keadaan listrik juga disediakan. SIstem insentif parkir dapat diberlakukan, misalnya gratis dengan menunjukkan bukti transaksi.

7. Orientasi Lobby dan Pemandangan

   Lobby diarahkan di sisi Selatan bangunan menghadap ke jalanan. Material kayu, batu alam, dan kaca low-e digunakan untuk menciptakan suasana hangat, natural, dan tetap modern sesuai karakter kawasan SCBD.

8. Vegetasi dan Mikroklimat

Ruang hijau yang ada di sekitar tapak berfungsi sebagai penyeimbang iklim mikro sekaligus buffer alami dari kebisingan. Penambahan taman terapi, jalur pedestrian dengan vegetasi, serta rooftop garden akan memperkuat identitas wellness sekaligus menambah kualitas lingkungan.

4.1.4.3 Analisis Bangunan

Bangunan asli yang digunakan untuk Han-Na beauty Wellness Center berlokasi di Da Nang, Vietnam sebagai bagian dari kompleks resort Naman Retreat. Bangunan ini digunakan sebagai tempat relaksasi dan perawatan tubuh, ruang meditasi dan yoga serta area kesehatan yang dirancang oleh Vo Trong Nghia Architects (VTN Architects) yang merupakan sebuah firma arsitektur asal Vietnam dengan luas banguanan sebesar 1686 m2 dengan 2 lantai.



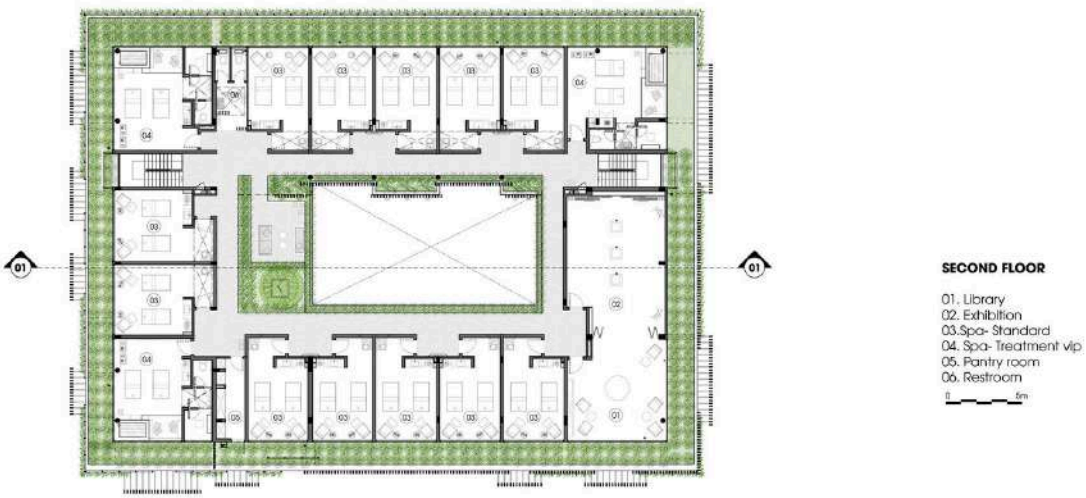
Gambar 4.1.4.3.1 Naman Retreat Pure Spa

Sumber: *archdaily*



Gambar 4.1.4.3.2 Layout GF Naman

Sumber: *archdaily*



Gambar 4.1.4.3.3 Layout Lantai 2 Naman

Sumber: *archdaily*

4.1.5 Akses Lokasi, Sistem Keamanan dan Sistem Pelayanan

Han-na Korean Beauty Wellness Center dapat diakses melalui kendaraan pribadi seperti mobil, sepeda motor, serta layanan transportasi daring seperti Grab, Gojek, dan taksi online. Area parkir tersedia di bagian depan gedung dengan kapasitas 20 unit mobil dan 10 unit sepeda motor sehingga mampu mengakomodasi kebutuhan pengunjung secara optimal.

4.1.5.1 Sistem Keamanan

Untuk mewujudkan lingkungan layanan yang aman dan nyaman, Han-na Korean Beauty Wellness Center menerapkan sistem keamanan terpadu yang mencakup CCTV yang beroperasi 24 jam, sprinkler, smoke detector, alat pemadam api ringan, serta jalur evakuasi (emergency exit) yang ditempatkan pada titik-titik strategis. Seluruh fasilitas keamanan ini dirancang untuk meminimalkan resiko insiden dan memastikan standar keselamatan sesuai ketentuan operasional.

4.1.5.2 Sistem Pelayanan di Han-na Korean Beauty Wellness Center

1. Lobby & Lounge Area

   Akses menuju lobby & lounge hanya diberikan kepada pengunjung yang telah melakukan reservasi sebelumnya. Area ini dirancang sebagai ruang penyambutan eksklusif yang memberikan kenyamanan yang lebih optimal untuk pengunjung / member Han-Na sebelum memasuki rangkaian perawatan.

2. Tea Cafe & Commercial Store

   Tea Cafe & Commercial Store merupakan fasilitas yang hanya dapat diakses oleh pengunjung dan member yang mengambil layanan treatment. Area ini tidak dibuka untuk publik dan tidak memiliki batas durasi penggunaan sehingga pengunjung dapat menikmati ruang ini secara fleksibel sebelum ataupun sesudah perawatan berlangsung.

3. Reflexology

   Layanan reflexology tersedia dengan tarif Rp.250.000 untuk durasi 1 jam dan Rp.450.000 untuk durasi 2 jam. Perawatan ini berfokus pada stimulasi titik-titik refleksi pada tangan dan kaki untuk meningkatkan relaksasi, sirkulasi, serta keseimbangan tubuh.

Fasilitas reflexology terbagi menjadi dua kategori berdasarkan jenis ruang:

- **Ruang VIP (2 slot)**

  Terdiri dari dua ruangan privat yang dirancang untuk memberikan tingkat kenyamanan dan privasi yang lebih tinggi. Setiap ruang VIP dapat digunakan secara individual, namun tersedia **connecting door** bagi pengunjung yang ingin melakukan perawatan berdua dalam satu area privat yang terhubung.

- **Ruang Regular (4 slot)**

  Tersedia empat slot dalam satu ruangan komunal yang dirancang untuk pengalaman reflexology standar. Ruangan ini menampung empat pengunjung dalam satu waktu dengan penataan yang tetap menjaga kenyamanan dan alur pelayanan.

Pembagian ruang ini memungkinkan pengunjung memilih pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan privasi dan preferensi mereka.

4. Beauty Clinic

   Beauty Clinic dilengkapi dengan tiga ruang perawatan privat, yang masing-masing hanya melayani satu pengguna per sesi. Setiap jenis treatment memiliki durasi berbeda, berkisar antara 1–3 jam, bergantung pada kompleksitas prosedur serta kebutuhan kondisi kulit klien. Penyediaan ruang privat ini dirancang untuk memastikan standar kenyamanan, privasi, higienitas, serta pengalaman perawatan yang lebih personal.

   Jenis treatment yang tersedia mencakup:

   - Korean Basic Facial
   - Acne Treatment
   - Skin Pigmentation Treatment
   - Korean Tightening Facial
   - Korean Sensitive Facial
   - Facial Hair Removal

   Seluruh layanan diformulasikan untuk memenuhi kebutuhan kesehatan kulit sekaligus mendukung pendekatan holistik wellness yang menjadi konsep utama fasilitas ini.

5. Beauty Salon

   Beauty Salon menyediakan rangkaian layanan kecantikan terpadu yang berfokus pada perawatan rambut, kuku, serta eyelash. Seluruh layanan ditunjang oleh kapasitas ruang yang memadai untuk memastikan kelancaran alur pelayanan dan meminimalkan waktu tunggu pengguna. Adapun kapasitas operasional yang tersedia meliputi:

   - 6 slot untuk layanan pedicure
   - 8 slot untuk layanan hair treatment
   - 3 slot untuk layanan nail art
   - 6 slot untuk layanan creambath
   - 2 slot untuk layanan eyelash extension

   Jenis layanan yang ditawarkan mencakup:

   - Perawatan rambut
     1. Scalp Scaling
     2. Keratin Protein Treatment
     3. Korean Hair Spa
     4. Volume Magic Perm
     5. Botox Hair Treatment
     6. Korean Haircut & Styling

   - Perawatan kuku
     1. Korean Nail Art
     2. Manicure & Pedicure

   - Layanan Eyelash
     1. Korean Eyelash Extension

   Seluruh layanan tersebut dirancang untuk mendukung pengalaman kecantikan yang menyeluruh, dengan penekanan pada kualitas, kenyamanan, serta pendekatan estetika khas Korea.

6. Seshin Regular & VIP

   Terdapat total 4 ruangan seshin yang terdiri dari :

- 2 ruangan Seshin VIP, dengan ukuran lebih luas serta fasilitas tambahan seperti tea corner, beauty table, dan area persiapan rias yang lebih lengkap dan eksklusif. Pengguna VIP mendapatkan hak penggunaan ruangan selama 1 jam tambahan setelah treatment selesai untuk menikmati area treatment.
- 2 ruangan Seshin Regular dengan fasilitas standar dan tanpa waktu tambahan pasca perawatan

7. Relaksasi regular & Couple

   Fasilitas relaksasi terdiri dari beberapa kategori:

   - Regular: memiliki 7 slot ruang dan diperuntukkan untuk satu orang per sesi dengan fasilitas standar.
   - Couple : terdiri dari 2 slot ruangan, dengan tambahan fasilitas yaitu area yang lebih luas, jacuzzi couple, his and her wastafel, serta his and her meja rias.

   Area relaksasi juga dilengkapi dengan ruang sauna terpisah untuk pria dan wanita, guna untuk menjaga privasi dan kenyamanan pengguna

8. Jimjillbang & Sauna (Khusus untuk pengguna Seshin)

   Fasilitas Jimjillbang dan Sauna hanya diperuntukkan bagi pengunjung yang mengambil layanan Seshin, baik regular maupun VIP. Area ini merupakan bagian integral dari ritual pembersihan tubuh khas Korea dan tidak tersedia untuk pengunjung umum.

4.1.6 Klasifikasi Ruangan yang ada di Han-Na Korean Beauty Wellness Center

Han-Na Korean Beauty Wellness Center sebagai pusat holistik Korean Wellness yang menggabungkan unsur perawatan tubuh, kecantikan, relaksasi, dan pengalaman budaya menawarkan berbagai fasilitas yang diatur melalui standar operasional khusus. Setiap ruang dibagun dengan fungsi yang spesifik, kapasitas yang terdefinisi, serta ketentuan layanan yang dirancang untuk menjaga kenyamanan, privasi, dan efektivitas pelayanan. Berikut merupakan klasifikasi lengkap ruang serta sistem penggunaannya:

1. Lobby & Lounge Area

   Lobby berfungsi sebagai ruang penyambut sekaligus titik awal proses pelayanan. Area receptionist dapat menampung hingga 15 orang dan lounge dapat menampung hingga 8 orang. Area ini hanya dapat digunakan oleh pengunjung yang telah

melakukan reservasi sebelumnya. Tidak terdapat batasan durasi penggunaan selama pusat wellness masih beroperasi. Di area ini, pengunjung menjalani proses check-in, konfirmasi reservasi, serta konsultasi sebelum diarahkan menuju ruang treatment masing-masing.

2. Tea Cafe & Commercial Store

   Area Tea Cafe & Commercial Store diperuntukkan secara eksklusif untuk pengunjung yang sedang mengambil treatment, sehingga tidak dibuka untuk masyarakat umum. Pengunjung dapat memanfaatkan area ini tanpa batas waktu selama jam operasional berlangsung. Fasilitas ini menyediakan minuman, teh premium, serta produk teh yang berhubungan dengan kesehatan dan wellnes.

3. Reflexology Room (VIP & Regular)

   Fasilitas reflexology terdiri dari dua kategori:

   - VIP Reflexology : tersedia 2 ruang privat, masing-masing untuk satu orang. Ruang VIP dilengkapi dengan connecting door bagi pengunjung yang sedang ingin melakukan sesi berdua dalam ruang terhubung.
   - Regular Reflexology : memiliki 4 slot dalam satu ruangan komunal yang melayani empat pengguna secara bersamaan.

4. Beauty Clinic

   Beauty Clinic terdiri dari 3 ruang perawatan privat, dengan kapasitas satu klien per ruang. Durasi layanan berkisat 1 hingga 3 jam, disesuaikan dengan jenis treatment yang dipilih. Pilihan perawatan mencakup:

   - Korean Basic Facial
   - Acne Treatment
   - Skin Pigmentation Treatment
   - Korean Tightening Facial
   - Korean Sensitive Facial
   - Face Hair Removal

5. Beauty Salon

   Area Salon dibagi menjadi berbagai kategori layanan dengan jumlah slot sebagai berikut:

   - 6 slot pedicure
   - 8 slot hair treatment
   - 3 slot nail art
   - 6 slot creambath
   - 2 slot eyelash extension

   Pilihan treatment rambut meliputi:

   - Scalp Scaling
   - Keratin Protein
   - Korean Hair Spa
   - Volume Magic Perm
   - Botox Hair
   - Korean Haircut & Styling

6. Seshin Treatment (regular & VIP)

   Fasilitas Seshin menyediakan total 4 ruang khusus, yaitu 2 ruang regular dan2 ruang VIP.

   - Seshin VIP menawarkan ruang yang lebih besar dengan fasilitas tambahan, seperti *tea corner*, area persiapan diri (*beauty table*) yang lebih luas dan eksklusif, ruang ganti terpisah, serta tambahan waktu 1 jam setelah treatment untuk relaksasi tambahan.
   - Seshin Regular hanya mencakup proses perawatan, di mana pengunjung langsung menyelesaikan sesi tanpa waktu tambahan setelah treatment.

7. Relaksasi Room (Regular & Couple)

   Area relaksasi terdiri dari:

   - 7 slot Regular - satu orang per slot
   - -2 slot Couple - ruangan lebih luas dan dilengkapi dengan jacuzzi, his & her wastafel, dan his & her beauty table.

   Selain itu, fasilitas relaksasi terhubung dengan area sauna pria dan wanita yang terpisah untuk menjaga privasi dan kenyamanan.

8. Jimjillbang & Sauna

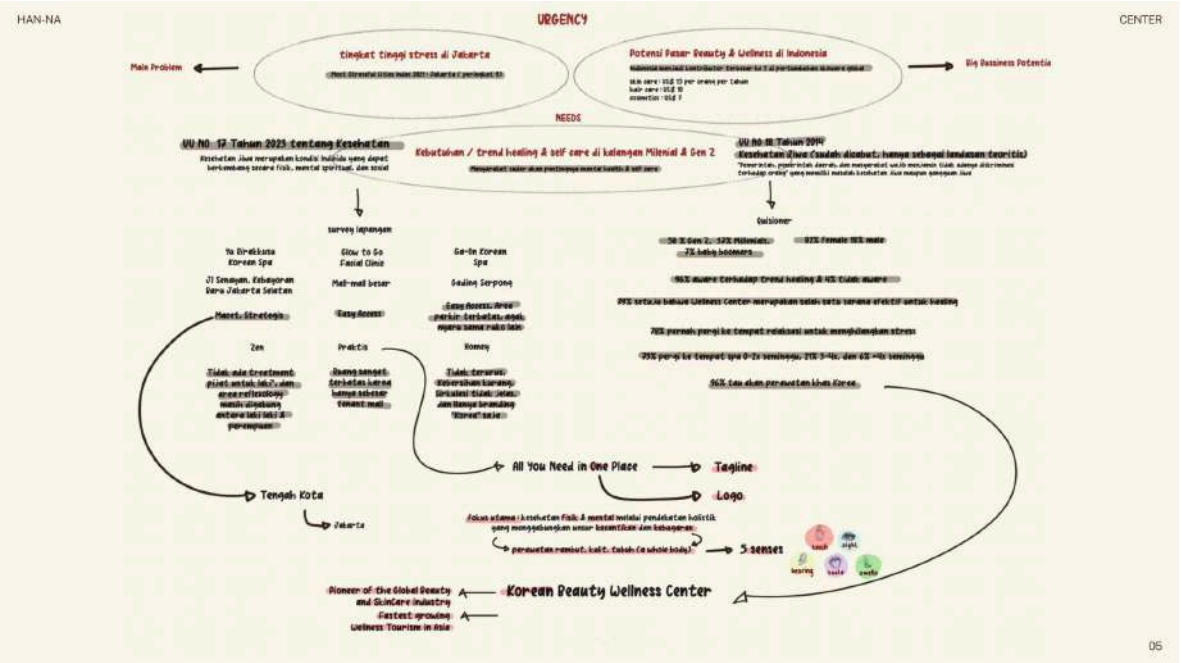
   Akses ke jimjilbang dan sauna hanya diperuntukkan bagi pengunjung yang mengambil treatment Seshin (Regular maupun VIP). Penggunaan fasilitas ini mengikuti jadwal dan kapasitas yang telah ditentukan.

9. Tabel Klasifikasi Ruangan Han-Na Korean Beauty Wellness Center

No	Ruangan	Kapasitas	Akses & Ketentuan	Durasi	Biaya
1.	Lobby & Lounge	15 orang	Reservasi Wajib	Jam Operasional	-
2.	Tea Cafe & Commercial Store	27-30 orang	Hanya untuk member	Jam Operasional	-
3.	Reflexology VIP	2 orang	Private & Connecting Door	1-2 jam	Rp. 400.000-Rp.750.000
4.	Reflexology Regular	4 orang	Communal	1-2 jam	Rp.250.000 - Rp. 450.000
5.	Beauty Clinic	1 orang (3 ruang)	Privat	1-3 jam	Depends
6.	Beauty Salon	Variatif	Communal	Depends	Depends
7.	Seshin VIP	2 ruang	Private, + extra 1 jam penggunaan	1-2 jam	Rp.800.000
8.	Seshin Regular	2 ruang	Private	1 jam	Rp.500.000
9.	Regular Relaksasi	7 ruang	Private	1-2 jam	Rp.350.000 - Rp.700.000
10.	Relaksasi Couple	2 ruang	Privat, + fasilitas jacuzzi + his & hers	1-2 jam	Rp.800.000 - Rp.1.600.00
11.	Jimjillbang & Sauna	4 orang	Hanya untuk klien Seshin	Terjadwal	including Seshin
12.	Tea Cafe	27-30 orang	Members only	-	-

4.1.7 Konsep

4.1.7.1 Mindmap Fenomena Perancangan



Gambar 4.1.7.1.1 Mindmap Fenomena Perancangan

Sumber : data pribadi

Fenomena utama yang memunculkan kebutuhan perancangan Han-Na Korean Beauty Wellness Center adalah kondisi masyarakat Jakarta yang berada pada tingkat stress tinggi akibat ritme kehidupan urban yang padat, kompetitif, dan serba cepat. Beragam laporan menunjukkan bahwa Jakarta termasuk kota dengan urban stress index yang signifikan, ditandai dengan kemacetan, beban kerja tinggi, dan gaya hidup yang kurang seimbang.

Kondisi ini berbanding lurus dengan meningkatnya minat masyarakat khususnya Millenial dan Gen Z terhadap praktik wellbeing, seperti self-care, healing, relaksasi, serta perawatan kesehatan fisik dan mental. Sementara itu, industri wellness juga menunjukkan kontribusi ekonomi tinggi, terutama pada sektor spa, skincare, dan kosmetik. Hal ini menjadikan fasilitas wellness sebagai peluang strategis sekaligus kebutuhan masyarakat urban.

Dari sisi regulasi, Undang-Undang No. 17 Tahun 2023 menegaskan bahwa kesehatan jiwa mencakup keselarasan fisik, mental, spiritual, dan sosial, sementara UU No. 18 Tahun 2014 menekankan perlunya perlindungan bagi individu dengan tantangan kesehatan mental.

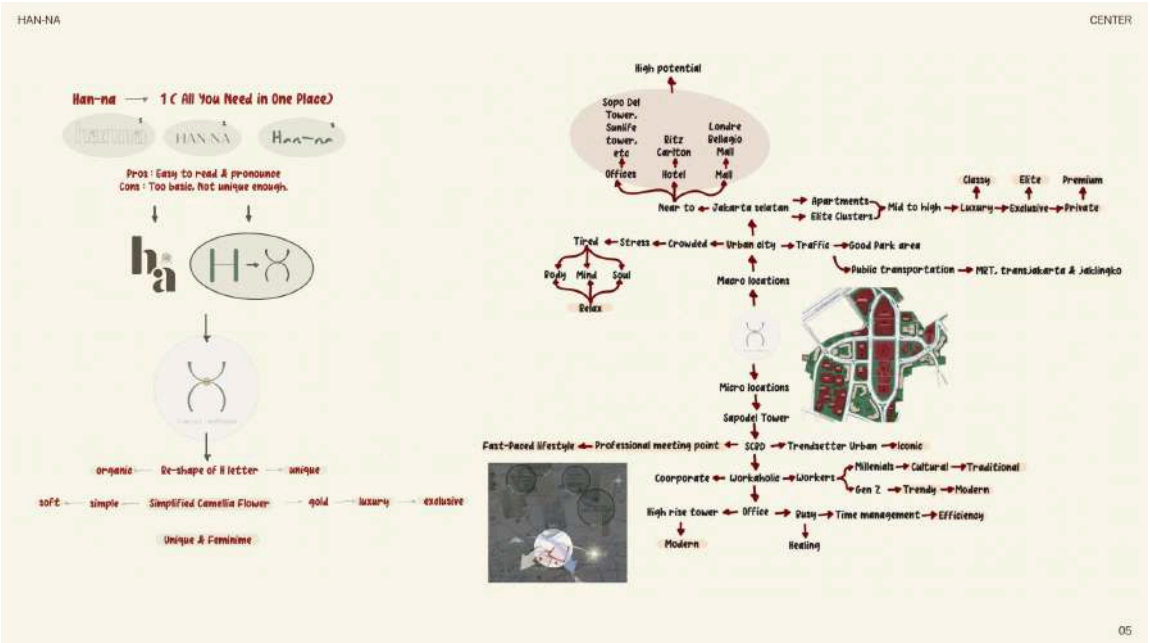
Dengan demikian, fasilitas wellness tidak hanya memiliki nilai komersial, tetapi juga fungsi preventif dan rehabilitatif sesuai amanat undang-undang.

Temuan observasi lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar fasilitas spa Korea dan klinik kecantikan di Jakarta masih memiliki kendala mendasar, seperti ruang yang sempit (ukuran tenant mall), area parkir terbatas, kurangnya batasan privasi, dan layanan yang terpisah-pisah tanpa integrasi holistik. Kualitas kebersihan dan kenyamanan juga tidak merata di seluruh lokasi.Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara kebutuhan pasar dan kualitas fasilitas yang tersedia. Kuesioner pengguna memperkuat temuan tersebut:

- mayoritas responden adalah Gen Z dan Milenial;
- 99% mengenal konsep wellness;
- 96% menyukai treatment khas Korea;
- 78% menyatakan wellness efektif untuk mengurangi stres;
- kebutuhan utama mencakup perawatan wajah, tubuh, rambut, hingga relaksasi mendalam.

Keseluruhan data ini menunjukkan urgensi menghadirkan fasilitas wellness yang komprehensif, profesional, dan sesuai standar kebutuhan masyarakat urban, sehingga perancangan Han-Na menjadi relevan dan penting.

4.1.7.2 Mindmap Logo dan Lokasi Perancangan



Gambar 4.1.7.1.2 Mindmap Logo dan Penentuan Site

Sumber : data pribadi

1. Logo

   Nama Han-Na dipilih karena mudah diucapkan, mudah diingat, serta dekat dengan nuansa Korean Wellness. Han-Na dalam bahasa Korea yang berarti satu sehingga sesuai dengan tagline yang diusung yaitu “All You Need in One Place”. Tagline ini menegaskan konsep yang menyatukan spa, beauty clinic, dan salon dalam satu ekosistem ruang / bangunan.

   Proses pengembangan logo melalui beberapa fase eksplorasi dan penyempurnaan hingga menghasilkan bentuk akhir berupa:

   - Huruf H yang di reformasi dengan garis organik,
   - Motif camellia flower yang merupakan ikon kecantikan Korea
   - Karakter logo dengan visual yang feminine, elegant, simple, dan unique
   - aksen warna gold yang menegaskan kualitas premium dan eksklusif.

   Identitas visual ini disusun untuk mencerminkan nilai brand yaitu modern, refined, dan estetika Korea yang elegan.

2. Lokasi Makro

   Lokasi berada di kawasan Jakarta Selatan, wilayah dengan karakter urban modern yang dicirikan oleh gedung tinggi, pusat perkantoran, arus mobilitas tinggi, serta akses transportasi komprehensif (MRT, Transjakarta, JakLingko). Kawasan ini memiliki demografi pengguna kelas menengah ke atas yang sangat relevan dengan layanan wellness premium.

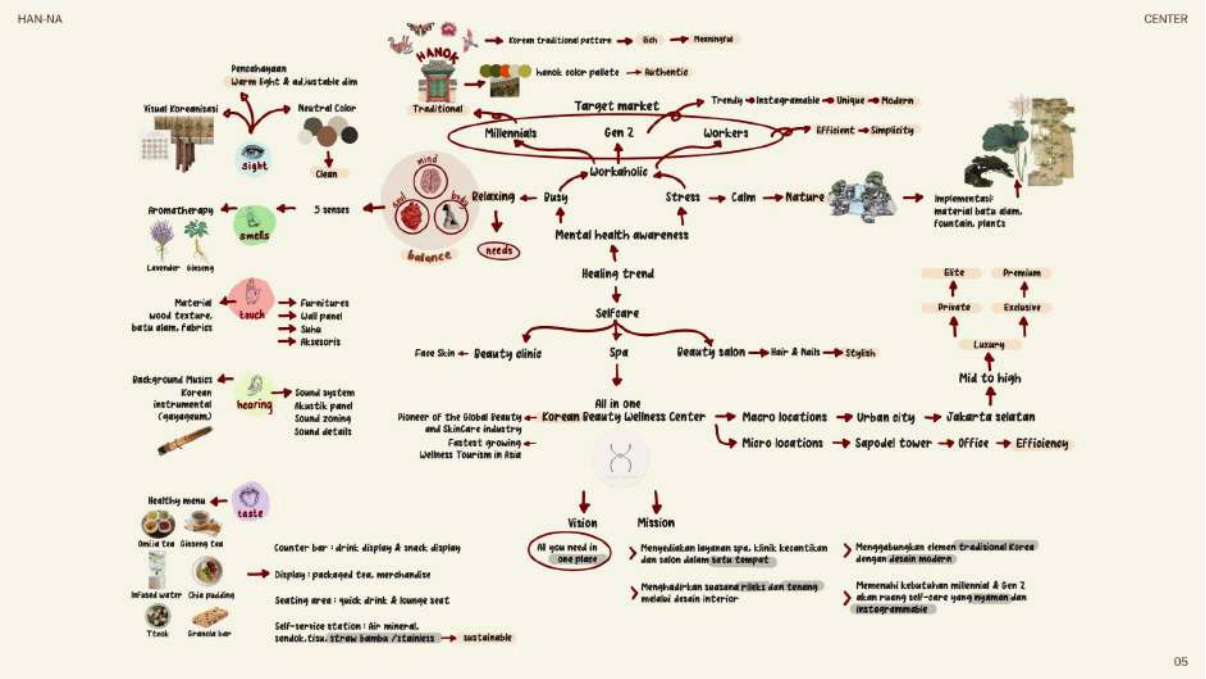
3. Lokasi Mikro

   Lokasi mikro berada di kawasan Sapodel Tower, Scbd yang merupakan kawasan bisnis paling prestisius di Jakarta yang ditandai dengan konsentrasi pekerja profesional, intensitas kerja tinggi, dan ritme hidup cepat. Terletak berdekatan dengan pusat perbelanjaan, hotel bintang lima, dan apartemen mewah, lokasi ini sangat strategis untuk fasilitas wellness yang menyasar kebutuhan pekerja korporat serta kelompok yang rentan mengalami stres harian.

4. Relevansi Lokasi terhadap Konsep

   Karakter masyarakat SCBD yang workaholic, dinamis, dan mobilitas tinggi memperkuat urgensi fasilitas dengan akses cepat, layanan lengkap, dan atmosfer relaksasi premium. Han-Na dirancang sebagai oasis penyembuhan di tengah kepadatan aktivitas urban.

4.1.7.3 Konsep Perancangan



Gambar 4.1.7.1.3 Mindmap Konsep Perancangan

Sumber : data pribadi

4.1.7.3.1 Konsep Utama : Korean Beauty Wellness Center (All You Need in One Place)

Konsep perancangan memadukan elemen tradisional Korea yang terinspirasi dari arsitektur Hanok dengan pendekatan interior modern yang bersih dan hangat. Fasilitas ini dirancang untuk memfasilitasi penyembuhan menyeluruh pada aspek tubuh, pikiran, dan emosi (holistik mind-body-soul healing).

4.1.7.3.2 Pendekatan Sensorik

- Sight (visual)

Desain visual memanfaatkan palet warna natural, dominasi elemen kayu, tekstur halus, serta pola geometris tradisional Korea seperti *Hanok lines* dan *bojagi-inspired patterns*.Pencahayaan *warm diffuse lighting* digunakan untuk menciptakan ambience lembut yang menenangkan sekaligus menonjolkan konsep soft luxury. Visual ini dikembangkan agar mampu menstimulasi indera secara subtil, selaras dengan prinsip Tradition Simplified.

- Smell (aromatherapy)
  Pemilihan aroma seperti lavender, ginseng, white tea, dan hinoki difokuskan untuk memberikan efek menenangkan, menstabilkan emosi, serta meningkatkan regulasi stres.Aroma ditempatkan dalam sistem zonasi terkontrol sehingga karakter aromanya berubah secara lembut mengikuti kegiatan di tiap ruangan—menegaskan nilai Experience Amplified.

- Touch (Materialitas)
  Materialitas ruang dirancang menggunakan kayu alami, batu berpori halus, kain linen lembut, dan permukaan matte untuk menghasilkan sensasi hangat dan grounded. Material yang dipilih tidak hanya memberikan kenyamanan taktil, tetapi juga memperkuat ketenangan psikologis, sehingga pengguna merasa aman dan rileks selama treatment berlangsung.

- Hearing (Ambience)
  Atmosfer suara mengandalkan musik instrumental Korea, *healing ambience*, serta sistem akustik dengan *sound-absorbing zoning* agar tidak ada kebisingan yang saling bertabrakan antar area. Kualitas suara yang halus dan konsisten menjadi bagian dari penciptaan pengalaman mendalam yang menjadikan ruang lebih intim dan harmonis.

- Taste (Wellness Bar)
  Korean Wellness Bar menyediakan rangkaian minuman tradisional seperti teh ginseng, omija, barley tea, serta *healthy infused drinks*. Hidangan ringan seperti *nut-based crackers* atau *korean-style light snacks* melengkapi pengalaman relaksasi secara menyeluruh, menegaskan bahwa wellness tidak hanya dirasakan melalui perawatan fisik, tetapi juga melalui konsumsi yang mindful.

4.1.7.3.3 Konsep Akhir : Refined Senses, Traditional Simplified, Experience Amplified

Konsep akhir Han-Na Korean Beauty Wellness Center berfokus pada perpaduan antara soft luxury dan ketenangan mendalam yang menjadi karakter kuat dalam budaya Korea. Setiap elemen ruang disusun untuk menghadirkan kesan eksklusif namun tetap sederhana, menekankan filosofi utama desain yaitu “All You Need in One Place.”

Pendekatan ini tidak hanya menampilkan estetika visual, tetapi juga membentuk pengalaman multisensori yang menyeluruh dan membawa pengguna menyelami esensi budaya Korea dalam konteks yang lebih modern, lembut, dan refined.

Melalui pendekatan Refined Senses, tradisi Korea direduksi menjadi bentuk yang lebih murni, minimal, dan kontemporer tanpa kehilangan makna simboliknya. Atmosfer yang tercipta menjadi tenang, elegan, serta syarat kedalaman emosional. Dengan demikian, setiap kunjungan tidak lagi sekadar aktivitas perawatan, melainkan sebuah perjalanan sensorial yang menghubungkan pengguna dengan budaya Korea secara intimate dan bermakna.

4.1.7.4 Target Market

- Millennials dan Gen Z yang mengutamakan kesadaran kesehatan mental, estetika visual, dan kebutuhan self-care routine.
- Pekerja korporat yang membutuhkan fasilitas relaksasi cepat, privat, dan premium

Mereka menghadapi stres, tekanan pekerjaan, dan ritme hidup cepat sehingga memerlukan ruang pemulihan berkualitas.

4.1.7.5 Implementasi Elemen

Elemen natural seperti batu alam, tanaman, tekstur kayu, dan air yang diterapkan untuk menciptakan kualitas ruang yang lebih tenang, stabil dan grounding.

4.1.7.6 Nilai Privasi & Eksklusivitas

Sebagai fasilitas mid–high class, Han-Na menekankan privasi, personal space, dan kualitas layanan premium, sesuai dengan karakter pengguna di kawasan SCBD.

4.1.7.7 Visi & Misi

- **Visi:**

  Menjadi pusat wellness Korea yang menyatukan semua kebutuhan penyembuhan dan kecantikan dalam satu tempat secara premium dan holistik.

- **Misi:**

  1. Menghadirkan layanan yang komprehensif mencakup spa, klinik kecantikan, dan perawatan rambut/kuku.
  2. Menciptakan lingkungan interior yang dapat memperbaiki keseimbangan fisik dan mental.
  3. Mengintegrasikan unsur tradisional Korea dengan desain modern untuk menghasilkan pengalaman healing khas Korea.
  4. Menjawab kebutuhan generasi urban (Gen Z & Milenial) serta pekerja korporat terhadap ruang self-care yang tenang, estetik, dan berstandar profesional.

4.1.8 Moodboard

4.1.8.1 Moodboard Receptionist



Gambar 4.1.8.1 Moodboard Receptionist

Sumber : data pribadi

Moodboard area receptionist menampilkan perpaduan estetika Korea kontemporer yang tenang dan elegan. Palet warna seperti beige, ivory, dan coklat keemasan menciptakan atmosfer pertama yang hangat dan menenangkan. Material kayu gelap, pola linear, serta elemen arsitektur yang terinspirasi dari Hanok diterjemahkan ke dalam bentuk yang lebih modern dan minimal.

Pencahayaan warm diffuse memperkuat kesan intim dan terkendali, mendukung prinsip Refined Senses melalui pengalaman visual dari area hijau, elemen air, dan material kayu yang lembut dan harmonis. Furnitur dengan bentuk organik dan tekstur fabric yang soft menegaskan kenyamanan sekaligus mencerminkan filosofi “All You Need in One Place”, menjadikan ruang ini titik awal perjalanan wellness yang menyeluruh dan eksklusif.

4.1.8.2 Moodboard Tea Cafe & Commercial Store



Gambar 4.1.8.2 Mindmap Tea Cafe & Commercial Store

Sumber : data pribadi

Moodboard ini merepresentasikan suasana Korea modern yang hangat dan cozy. Penggunaan kayu gelap, cahaya amber, dan tekstur batu alami menciptakan lingkungan yang nyaman sekaligus premium. Ruang ini dirancang sebagai pengalaman multisensori melalui aroma teh, ambience musik lembut, dan tampilan produk yang tertata estetis.

Desain interior menerapkan prinsip Tradition Simplified, dimana elemen tradisional Korea diolah menjadi bentuk yang lebih subtle dan modern. Rak display, area brewing, dan seating menggunakan garis-garis organik yang mendukung karakter Korea kontemporer. Ruang ini berfungsi sebagai zona transisi yang menghubungkan aktivitas beauty sampai dengan wellness, memberikan momen relaksasi yang lembut namun tetap berkelas.

4.1.8.3 Moodboard Area Reflexology & Relaksasi



Gambar 4.1.8.3 Mindmap Reflexology & Relaksasi
Sumber : data pribadi

Moodboard relaksasi menonjolkan ketenangan mendalam melalui penggunaan warna gelap, pencahayaan amber lembut, dan material bertekstur halus. Elemen seperti panel kayu vertikal, ukiran relief, serta indirect lighting menciptakan ruang yang mendukung relaksasi fisik maupun mental.

Atmosfer “calming isolation” dirancang agar klien merasakan privasi penuh. Unsur batu alami, kain matte, serta dekorasi bernuansa earthy memperkaya pengalaman multisensori, sejalan dengan konsep Experience Amplified. Lingkungan ini mendukung aktivitas terapi seperti pijat refleksi, aroma healing, dan musik meditatif sehingga setiap kunjungan terasa sebagai proses pemulihan holistik.

4.1.8.4 Moodboard Beauty Salon



Gambar 4.1.8.4 Mindmap Beauty Salon

Sumber : data pribadi

Moodboard salon mempresentasikan gabungan gaya glam modern dengan estetika beauty Korea yang lembut. Palet warna coklat emas, rose beige, dan warm neutrals membentuk suasana feminin yang refined. Elemen lengkung pada furnitur dan ceiling, detail panel dekoratif, serta permainan tekstur menunjukkan karakter salon premium.

Area styling, washing, nail, dan treatment dirancang dengan inspirasi interior high-end Korean salons. Kombinasi material glossy dan matte menciptakan kesan mewah yang tetap natural. Moodboard ini mendukung layanan seperti Korean hair spa, scalp scaling, volume magic perm, nail art, hingga eyelash extension dan seluruhnya dalam ambience “effortless luxury”.

4.1.8.5 Moodboard Beauty Clinic



Gambar 4.1.8.5 Mindmap Beauty Clinic

Sumber : data pribadi

Moodboard klinik menghadirkan suasana bersih, profesional, namun tetap estetis melalui palet putih hangat, stone matte, dan soft lighting. Ruang dirancang agar pengunjung merasa aman dan nyaman tanpa kehilangan kesan premium.

Karakter desainnya memanfaatkan kurva lembut, garis horizontal, dan warna netral untuk menenangkan psikologis pasien. Ruang konsultasi dan treatment mengikuti estetika klinik Korea modern yang cenderung minimalis namun canggih. Moodboard ini sangat sesuai untuk layanan seperti Korean basic facial, acne dan pigmentation treatment, hingga tightening facial, selaras dengan nilai **Refined Senses**.

4.1.8.5 Moodboard Jimjillbang & Sauna



Gambar 4.1.8.6 Mindmap Jimjillbang & Sauna

Sumber : data pribadi

Moodboard Jimjilbang menampilkan suasana healing termal khas Korea yang lebih modern dan immersive. Warna-warna hangat seperti merah bata, burnt orange, dan amber menghasilkan pengalaman ruang yang menenangkan dan grounding.

Material batu panas, dinding Himalayan salt, serta ambient lighting dirancang untuk efek relaksasi maksimal. Bentuk ruang organik dan koridor melengkung memperkuat nuansa sanctuary. Desain ini mencerminkan konsep Experience Amplified, menjadikan sauna bukan hanya aktivitas relaksasi fisik, melainkan ritual restoratif yang memadukan tradisi Korea dengan sentuhan soft luxury modern.

4.1.9 Desain Perancangan

4.1.9.1 Kesimpulan konsep Desain

Berdasarkan rangkaian studi literatur, observasi lapangan, analisis kebutuhan ruang, serta pemahaman mengenai gaya hidup masyarakat urban yang membutuhkan ruang healing modern dan terintegrasi, maka dirumuskan pendekatan desain untuk *Han-Na Korean Beauty Wellness Center* dengan mengusung konsep utama “Refined Senses – Tradition Simplified – Experience Amplified.”

Konsep ini menjadi pondasi dalam penyusunan tata ruang, pemilihan material, atmosfer interior, dan penciptaan pengalaman pengguna secara menyeluruh.

1. **Struktur dan Pembagian Ruang Bangunan**

   Bangunan dirancang dengan dua lantai agar fungsi publik dan privat dapat dipisahkan secara optimal. Zonasi vertikal ini mendukung alur pengguna yang lebih natural, mulai dari titik kedatangan hingga area relaksasi paling privat dan menciptakan pengalaman bertahap yang intuitif dan tidak mengganggu kenyamanan pengunjung lain.

   - Lantai 1 sebagai area semi-privat yang berisikan:
     - Receptionist & Lounge sebagai area orientasi dan penerimaan tamu,
     - Tea Cafe & Store yang berfungsi sebagai area minum teh sekaligus retail,
     - Reflexology area
     - Beauty Clinic, dan
     - Beauty Salon

     Lantai ini menjadi gerbang awal pengalaman pengunjung, dengan atmosfer yang ringan, welcoming, dan memperkenalkan identitas brand.
   - Lantai 2 difungsikan sebagai ruang relaksasi dengan kebutuhan privasi yang tinggi:
     - Ruang Seshin (VIP & Regular)
     - Jimjillbang & Sauna
     - Ruang Relaksasi (Regular & Couple)
     - Sauna laki-laki dan perempuan yang dipisah guna untuk kenyamanan dan standar kebersihan.

     Zonasi dirancang untuk menciptakan ritme pengalaman yang mendalam, dimulai dari area publik yang lebih dinamis menuju area privat yang menenangkan dan bersifat restoratif.

2. **Penerapan Konsep Utama: Refined Senses – Tradition Simplified, Experience Amplified**

   Konsep utama ini membentuk identitas dan karakter ruang secara konsisten di seluruh fasilitas:

   - Refined Senses

Pengalaman sensori dirancang secara selektif dan halus melalui:

- Pencahayaan warm light yang lembut,
- Tekstur Kayu dan batu yang natural,
- Aromatherapy khas Korea,
- Ambience akustik yang tenang,
- dan permainan visual minimalis

Tujuannya adalah merangsang relaksasi mendalam tanpa stimulasi visual/warna yang berlebihan.

- Tradition Simplified

  Inspirasi tradisi Korea diolah dalam bentuk modern, bersih, dan minimalis. Elemen tradisional tidak ditampilkan secara dekoratif berlebihan, tetapi diolah menjadi:

  1. Pola hanok yang disederhanakan
  2. Lengkungan khas arsitektur Korea
  3. Penggunaan kayu alami dengan sentuhan kontemporer,
  4. Ritme garis yang lembut dan organik,
  5. hingga ambience Jimjillbang autentik yang disesuaikan dengan standar kenyamanan modern.

- Experience Amplified

  Seluruh perjalanan pengguna, dari awal hingga akhir diperkuat melalui desain yang mengutamakan kenyamanan, privasi dan fleksibelitas. Pengalaman dirancang sebagai perjalanan yang meningkat perlahan (*progressive wellness journey*), bukan hanya kunjungan sesaat. Dengan seluruh layanan berada dalam satu fasilitas, pengalaman healing terasa menyeluruh dan mewujudkan filosofi dari “All You Need in One Place”.

3. Pemilihan Warna, Material, dan Atmosfer Interior

Penerapan warna dan material menjadi aspek penting dalam menciptakan kesan soft luxury khas Korea.

1. Skema warna utama:
   - Brown (natural & grounding)
   - Gold (aksen elegan)
   - Sentuhan natural stone sebagai elemen kokoh namun organik

- Beige (hangat, netral dan menenangkan)

2. Material utama:
    - Kayu solid dan veneer dengan tone hangat
    - Batu alam untuk area basah dan focal point
    - Tekstil bertekstur halus (linen, cotton blend)
    - Metal berfinishing champagne gold

Pemilihan ini menciptakan ruang yang lembut, premium, tidak mencolok, dan selaras dengan karakter wellness Korea yang menekankan keheningan, kesederhanaan, dan kemurnian bentuk.

4. Integrasi Elemen Budaya Korea dalam Desain

Identitas Korea disajikan bukan melalui dekorasi berlebih, melainkan lewat penerapan prinsip estetika yang esensial dan terkurasi. Elemen-elemen yang digunakan antara lain:

1. Pola kayu hanok yang diterjemahkan menjadi panel, kisi-kisi, atau divider modern
2. Bentuk lengkung (curved forms) yang memberi kesan lembut dan mengalir
3. Atmosfer jimjillbang tradisional yang menghadirkan kehangatan dan kebersihan
4. Lukisan atau ilustrasi Korea yang direduksi secara minimalis
5. Dominasi material kayu ash, oak, dan pine khas interior Korea
6. Tata pencahayaan yang meningkatkan ambience hanok di malam hari

Keseluruhan elemen ini dipadukan secara kontemporer agar tetap relevan dengan kebutuhan masyarakat urban.

5. Prinsip Pengalaman Pengguna (User Experience)

Rancangan dirumuskan berdasarkan tiga prinsip UX utama:

1. Privasi

   Zonasi ruang, transisi lantai, hingga pemilihan partisi dirancang untuk menjaga kenyamanan personal. Area-relaksasi tingkat tinggi berada di lantai atas untuk menjamin isolasi akustik dan visual.
2. Calmness

Komposisi ruang dibuat sederhana, bersih, dan tidak penuh, dengan dominasi material alami untuk mengurangi overstimulation.

3. Seamless Flow

   Alur sirkulasi dibuat intuitif, mulai dari penerimaan, persiapan, treatment, hingga post-treatment tanpa perpotongan jalur yang mengganggu pengalaman tamu lain.

4. Multisensory Experience

   Setiap ruang menghadirkan sensasi berbeda melalui pencahayaan, aroma, suara, suhu, dan tekstur yang konsisten dengan konsep healing Korea.

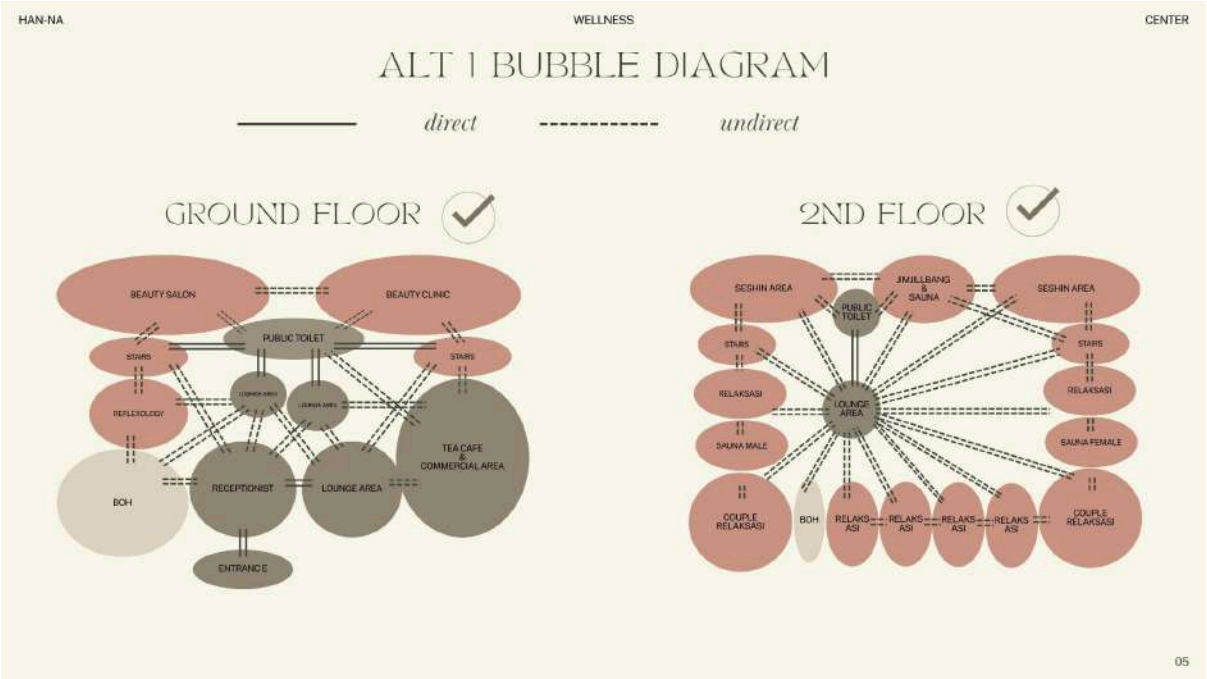
6. Relevansi Konsep dengan Kebutuhan Masyarakat Urban

Kebutuhan healing masyarakat urban saat ini semakin meningkat, namun fasilitas wellness yang benar-benar terintegrasi dengan pendekatan Korea masih sangat terbatas. Pengguna menginginkan ruang yang:

1. Modern
2. Lengkap dalam satu lokasi
3. Privat
4. Nyaman
5. dan menghadirkan perjalanan relaksasi berbasis budaya yang autentik

Oleh karena itu, Han-Na Korean Beauty Wellness Center menawarkan solusi menyeluruh dengan filosofi “All You Need in One Place”, dimana seluruh treatment dari kecantikan, spa, terapi, jimjillbang, hingga relaksasi tubuh dihadirkan dalam satu fasilitas terpadu.

4.1.10 Bubble Diagram



Gambar 4.1.10.1 Alternative Bubble Diagram Terpilih
Sumber : data pribadi

Bubble diagram terpiluh pada lantai 1 merepresentasikan perencanaan ruang yang berfokus pada kenyamanan pengunjung serta kejelasan alur sirkulasi sejak area masuk. Receptionist ditempatkan sebagai titik orientasi utama yang memiliki keterkaitan langsung dengan lounge area, sehingga menciptakan transisi yang halus dari area publik menuju area perawatan.

Fungsi beauty salon dan beauty clinic dirancang berdekatan untuk mendukung efisiensi operasional dan kemudahan akses bagi pengunjung yang menjalani rangkaian treatment kecantikan secara berkelanjutan. Sementara itu, tea cafe & commercial store diletakkan pada zona yang mudah dijangkau dari lounge, sehingga memperkuat konsep relaksasi sekaligus mendukung aktivitas komersial tanpa mengganggu area perawatan.

Area servis (BOH) ditempatkan terpisah dari jalur utama pengunjung untuk menjaga privasi dan kualitas pengalaman ruang. Penempatan ini mencerminkan upaya pemisahan yang jelas antara area publik dan area operasional.

Kelebihan bubble diagram lantai 1 terpilih:

- Alur sirkulasi pengunjung yang jelas, logis, dan mudah dipahami sejak memasuki bangunan.
- Keterhubungan yang baik antara lounge, tea cafe, dan area komersial sehingga mendukung pengalaman santai sebelum dan sesudah treatment.
- Pemisahan area servis yang efektif sehingga tidak mengganggu kenyamanan area publik.

Kekurangan bubble diagram lantai 1 terpilih:

- Sirkulasi staf memerlukan pengaturan lebih lanjut (briefing) agar tetap efisien tanpa memotong jalur pengunjung.

Bubble diagram terpilih pada lantai 2 menerapkan pola sirkulasi radial dengan lounge area sebagai pusat distribusi ruang. Konsep ini dirancang untuk menciptakan pengalaman relaksasi yang bertahap, dimana pengunjung terlebih dahulu berada di runag transisi sebelum memasuki area dengan tingkat privasi yang lebih tinggi.

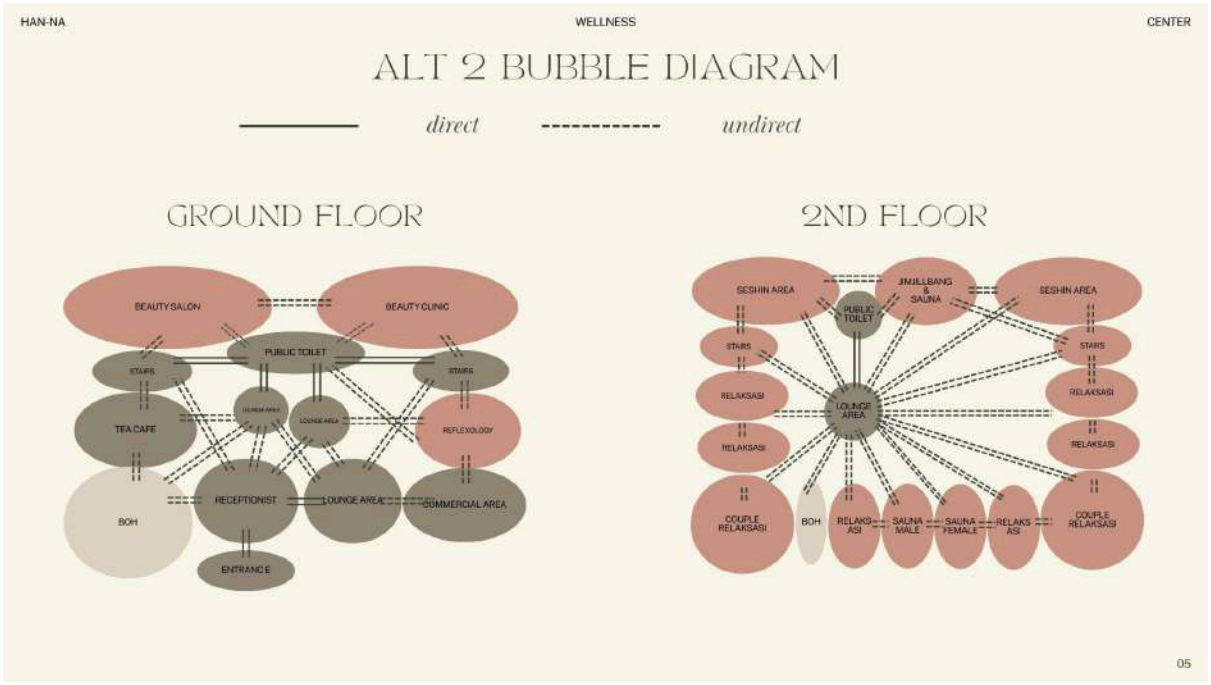
Berbagai fungsi utama seperti seshin area (VIP dan Regular), jimjillbang & sauna, ruang relaksasi regular, ruang relaksasi couple, serta sauna pria dan wanita ditempatkan mengelilingi lounge. Pola ini mempermudah orientasi pengguna serta meminimalkan persilangan sirkulasi antar pengguna.

Kelebihan dari bubble diagram lantai 1 terpilih:

- Lounge berfungsi optimal sebagai ruang transisi antara semi publik dan area privat.
- Sirkulasi antar ruang relaksasi lebih terstruktur dan mudah dikontrol.
- Pemisahan sauna pria dan wanita dirancang jelas sehingga mendukung privasi dan standar kenyamanan

Kekurangan dari bubble diagram lantai 2 terpilih:

- Ketergantungan tinggi pada lounge sebagai pusat sirkulasi yang berpotensi menimbulkan kepadatan pada jam operasional ramai.



Gambar 4.1.10.2 Alternative Bubble Diagram 2

Sumber : data pribadi

Pada bubble diagram alternatif 2 lantai 1, pola zonasi menunjukkan pemisahan yang cukup tegas antara tea café dan commercial area (store). Meskipun secara visual zonasi terlihat lebih terstruktur, konfigurasi ini menimbulkan beberapa kelemahan mendasar.

Kekurangan utama pada lantai 1 alternatif 2 antara lain:

- Terputusnya keterkaitan fungsi komersial

  Pemisahan tea café dan commercial area menyebabkan aktivitas konsumsi dan retail tidak saling mendukung secara optimal. Pada konsep wellness terpadu, kedua fungsi tersebut idealnya saling terintegrasi untuk mendorong pengalaman menyeluruh sekaligus meningkatkan durasi kunjungan pengunjung.

- Alur sirkulasi pengunjung menjadi kurang efisien

  Pengunjung yang ingin berpindah dari tea café ke commercial area harus melalui jalur sirkulasi tambahan. Hal ini berpotensi menimbulkan kebingungan arah serta memperpanjang waktu tempuh, yang bertentangan dengan prinsip *seamless flow*.

- Menurunnya kualitas pengalaman ruang (*user experience*)

Pemisahan fungsi membuat pengalaman pengunjung terasa terfragmentasi dan kurang menyatu. Ruang tidak lagi terbaca sebagai satu kesatuan wellness experience, melainkan sebagai beberapa zona terpisah yang berdiri sendiri.

- Kurang mendukung konsep “All You Need in One Place”

  Konsep utama perancangan menekankan kemudahan akses dan keterpaduan layanan. Namun, konfigurasi ini justru menciptakan jarak fungsional antar ruang, sehingga mengurangi persepsi kemudahan dan kepraktisan bagi pengunjung.

- Potensi penurunan intensitas pengunjung di area tertentu

  Karena tidak berada dalam satu jalur utama sirkulasi, salah satu area (tea cafe atau store) berpotensi menjadi kurang terekspos dan jarang dilalui pengunjung.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, alternatif 2 lantai 1 dinilai kurang optimal dari sisi integrasi fungsi, efisiensi sirkulasi, dan kualitas pengalaman pengunjung.

Pada lantai 2 alternatif 2, penempatan sauna pria dan sauna wanita di area tengah menjadi permasalahan utama yang berdampak signifikan terhadap kualitas desain ruang wellness.

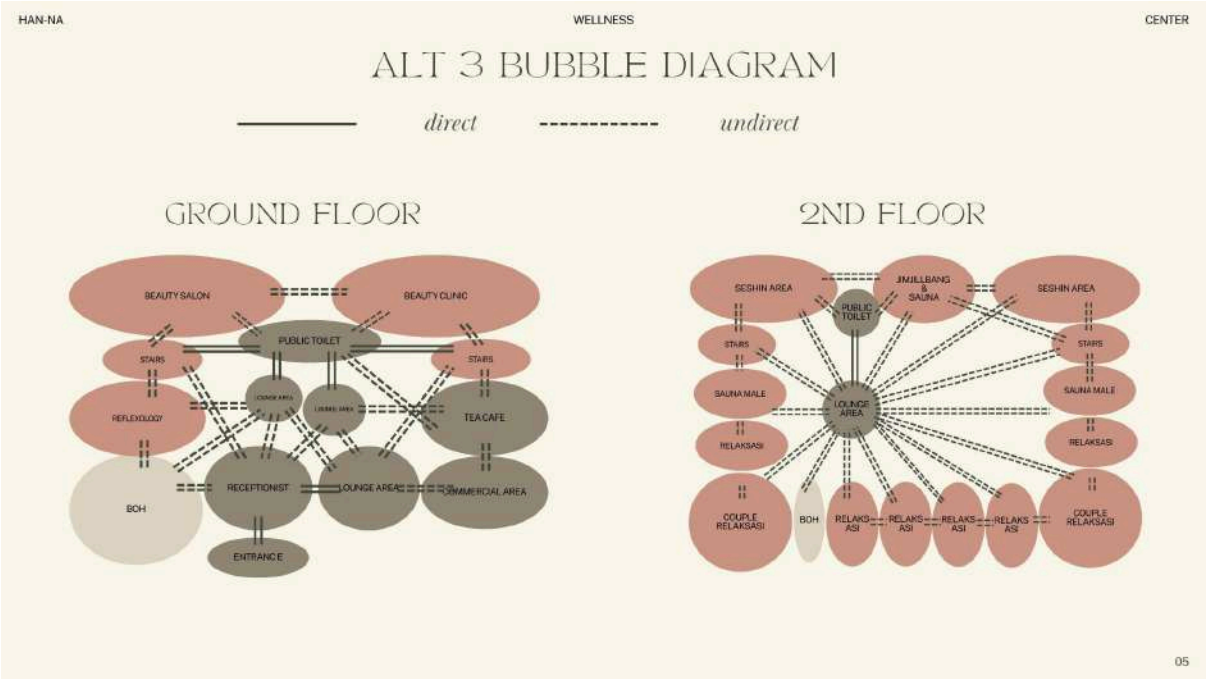
Kekurangan pada lantai 2 alternatif 2 meliputi:

- Masalah privasi pengguna

  Jalur menuju sauna pria dan wanita bertemu pada satu titik sirkulasi yang sama, sehingga memungkinkan terjadinya pertemuan antar tamu sebelum memasuki area privat. Hal ini dinilai tidak sesuai dengan standar kenyamanan ruang sauna.

- Menurunnya rasa aman dan nyaman

  Sauna merupakan ruang dengan tingkat kerentanan privasi tinggi. Penempatan di area pusat sirkulasi justru meningkatkan rasa canggung dan mengurangi kenyamanan psikologis pengguna.



Gambar 4.1.10.3 Alternative Bubble Diagram 3

Sumber : data pribadi

Bubble diagram alternatif 3 pada lantai 2 memperlihatkan upaya untuk memperluas area lounge dan jalur sirkulasi utama. Meskipun secara visual memberikan kesan ruang yang lebih lega, konfigurasi ini menimbulkan sejumlah permasalahan mendasar yang berdampak pada kualitas pengalaman pengguna serta kesesuaian dengan konsep wellness yang diusung.

Kekurangan pada alternatif 3:

- Penempatan sauna pria dan wanita berdekatan dengan area tangga

  Area tangga merupakan titik sirkulasi vertikal dengan intensitas lalu lintas tinggi. Penempatan sauna pada lokasi ini menyebabkan area privat bersinggungan langsung dengan jalur lalu lalang pengunjung.

- Potensi benturan sirkulasi yang tinggi

  Pergerakan pengunjung yang naik dan turun tangga berpotensi bertabrakan dengan tamu yang menuju atau keluar dari sauna, sehingga menciptakan alur pergerakan yang tidak terkontrol dan mengurangi kenyamanan.

- Menurunnya tingkat privasi pengguna sauna

Sauna merupakan fasilitas dengan kebutuhan privasi tinggi. Kedekatannya dengan tangga dan koridor utama berpotensi menimbulkan rasa tidak nyaman, canggung, dan kurang aman bagi pengguna.

- Transisi ruang publik ke ruang privat terlalu abrupt

  Idealnya, area sauna dicapai melalui ruang transisi yang lebih tenang dan tertutup. Pada alternatif ini, pengunjung langsung berpindah dari area dengan aktivitas tinggi ke area privat tanpa peralihan yang memadai.

4.1.11 Zoning & Grouping



Gambar 4.1.11.1 Zoning Terpilih
Sumber : data pribadi

Kelebihan zoning terpilih lantai 1:
Penerapan zoning pada lantai 1 dalam alternatif dinilai paling optimal karena mampu menghadirkan suasana ruang yang terorganisasi dengan baik dan mudah dipahami oleh pengguna. Area publik diletakkan pada bagian depan bangunan sebagai titik awal aktivitas, sehingga memudahkan pengunjung dalam mengenali fungsi ruang sejak pertama kali memasuki Han-Na Korean Beauty Wellness Center. Penempatan ini juga berperan penting dalam membentuk kesan awal yang ramah, tertata, dan profesional.

Salah satu kelebihan utama pada lantai ini adalah penerapan hierarki privasi yang jelas dan bertahap. Zona publik secara perlahan mengarah ke zona semi privat, sebelum akhirnya menuju zona privat. Pola ini menciptakan transisi ruang yang halus dan natural, sehingga pengunjung tidak mengalami perubahan suasana yang terlalu kontras. Pendekatan tersebut sejalan dengan prinsip desain wellness yang menekankan ketenangan psikologis, rasa aman, serta kenyamanan emosional selama berada di dalam bangunan.

Zoning lantai 1 juga memperlihatkan integrasi area servis yang efisien. Area servis terhubung langsung dengan area publik tanpa mengganggu jalur utama pengunjung, sehingga mendukung kelancaran aktivitas operasional. Sistem ini memungkinkan staf untuk bekerja secara optimal, sekaligus menjaga kebersihan visual dan kenyamanan ruang publik.

Selain itu, proporsi dan penataan ruang pada lantai 1 memberikan keleluasaan dalam pengolahan interior, pencahayaan, serta elemen estetika lainnya. Hal ini mendukung penciptaan atmosfer yang tenang, rapi, dan eksklusif, selaras dengan konsep Refined Senses yang mengedepankan kesederhanaan bentuk namun tetap kaya akan kualitas pengalaman ruang.

Kelebihan zoning lantai 2:

Pada lantai 2, alternatif 1 dipilih karena memiliki pola sirkulasi yang lebih terkendali dan sistematis. Hubungan antar ruang dirancang secara jelas dan terstruktur, sehingga meminimalkan potensi persilangan sirkulasi antara pengunjung dengan kebutuhan aktivitas yang berbeda. Kondisi ini sangat penting untuk menjaga kenyamanan, khususnya pada area dengan tingkat privasi tinggi seperti seshin, relaksasi, dan sauna.

Keunggulan lainnya terletak pada pemisahan zona yang tegas antara area publik, semi privat, dan privat. Zoning ini memastikan bahwa aktivitas dengan kebutuhan ketenangan tinggi tidak terganggu oleh pergerakan pengunjung lain. Dengan demikian, kualitas pengalaman relaksasi dapat terjaga secara optimal.

Penempatan area servis pada lantai 2 juga dirancang agar tidak bersinggungan langsung dengan jalur sirkulasi utama. Hal ini memungkinkan kegiatan operasional berlangsung dengan lancar tanpa mengganggu ketenangan suasana, sekaligus menjaga konsistensi pengalaman ruang yang tenang dan privat.

Zoning lantai 2 turut mendukung konsep pengalaman multisensori, di mana alur pergerakan pengunjung diarahkan secara bertahap menuju ruang-ruang dengan tingkat privasi dan ketenangan yang semakin tinggi. Transisi ruang ini memperkuat pengalaman relaksasi secara menyeluruh, baik secara visual, auditori, maupun emosional.

Selain itu, adanya area inti sebagai pusat orientasi ruang membantu meningkatkan keterbacaan layout, sehingga memudahkan navigasi tanpa memerlukan banyak penanda tambahan. Hal ini menciptakan pengalaman ruang yang lebih intuitif dan nyaman bagi pengunjung.



Gambar 4.1.11.2 Grouping Terpilih
Sumber : data pribadi

Kelebihan grouping terpilih lantai 1:

Pada lantai 1, penerapan grouping ruang pada Alternatif 1 menunjukkan pembagian fungsi yang jelas dan terstruktur antara area publik, semi privat, dan privat. Area publik ditempatkan di bagian depan sebagai titik penerimaan utama, sehingga memudahkan orientasi awal pengunjung serta membentuk alur aktivitas yang intuitif sejak memasuki bangunan.

Area privat dikelompokkan terpisah dari zona publik, sehingga aktivitas perawatan dapat berlangsung dengan tingkat kenyamanan dan ketenangan yang optimal. Pemisahan ini

berperan penting dalam menjaga privasi pengguna tanpa menghilangkan keterhubungan antar fungsi. Selain itu, penempatan area servis dirancang agar tidak bersinggungan langsung dengan jalur utama pengunjung, sehingga aktivitas operasional tidak mengganggu kenyamanan visual maupun sirkulasi area publik.

Keberadaan ruang pre-function menjadi salah satu keunggulan utama pada lantai ini. Ruang ini berfungsi sebagai area transisi yang fleksibel, digunakan sebagai tempat menunggu bagi pengunjung yang sedang menyewa pakaian di wardrobe station maupun sebelum memasuki ruang multi-function. Kehadiran pre-function membantu mengurangi kepadatan pada area publik utama serta menciptakan alur pergerakan yang lebih tertib.

Selain itu, adanya ruang staf dan pantry pada lantai 1 mendukung efisiensi kerja operasional, terutama dalam melayani kebutuhan konsumen di area publik. Meskipun ukuran ruang staf dan wardrobe station relatif terbatas, penempatannya tetap strategis dan fungsional sehingga tidak mengganggu alur utama pengunjung.

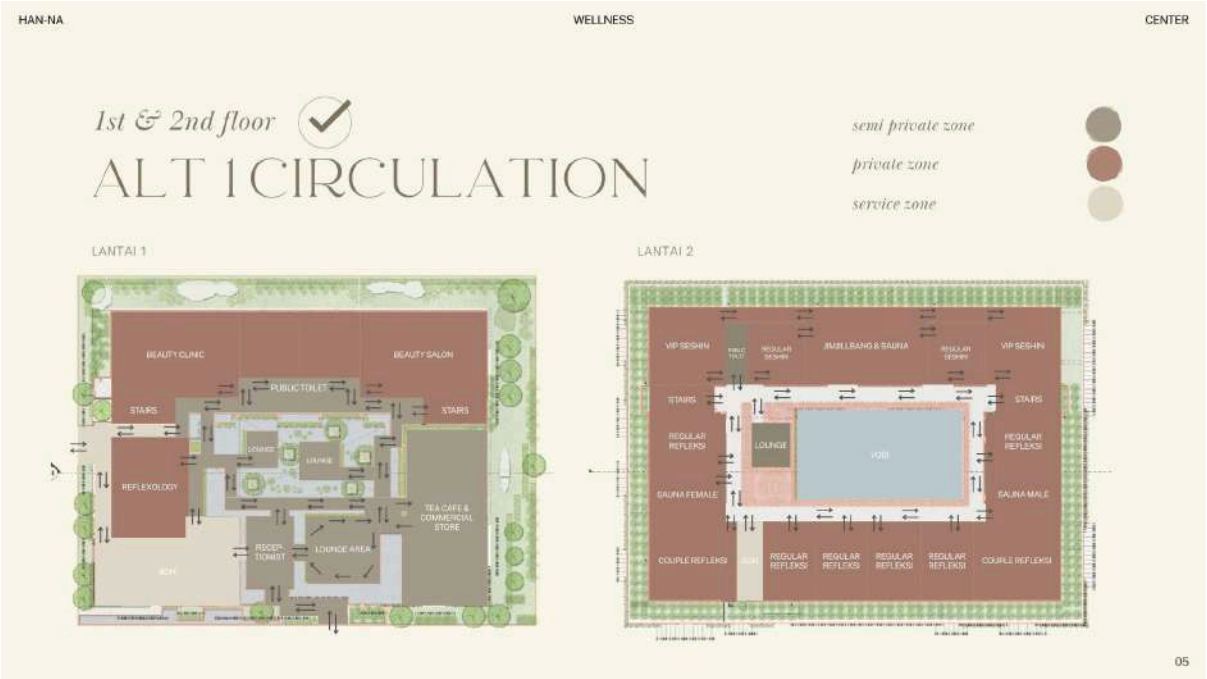
Kelebihan grouping terpilih lantai 2:

Grouping pada lantai 2 memperlihatkan pemisahan fungsi yang lebih tegas antara area publik, semi privat, dan privat. Zona privat seperti ruang treatment, sauna, dan area relaksasi dikelompokkan secara terkontrol, sehingga aktivitas dengan kebutuhan privasi tinggi tidak bercampur dengan sirkulasi umum.

Area staff dan back of house (BOH) dirancang dengan luasan yang memadai, memungkinkan aktivitas operasional berjalan lebih efisien tanpa mengganggu pengalaman pengguna. Penempatan pintu yang terhubung langsung ke area kitchen menjadi nilai tambah karena mempercepat alur kerja staf serta meminimalkan pergerakan servis di area publik.

Secara keseluruhan, grouping pada lantai 2 mendukung konsep wellness dengan menciptakan suasana yang lebih tenang, terorganisir, dan eksklusif, sekaligus memastikan seluruh fungsi tetap saling terhubung secara efisien.

4.1.12 Circulation



Gambar 4.1.12.1 Circulation Terpilih

Sumber : data pribadi

Kelebihan Circulation lantai 1:

Sirkulasi pada lantai 1 dirancang dengan alur yang jelas dan mudah dipahami. Jalur pergerakan pengunjung mengalir dari area publik menuju zona semi privat dan privat secara bertahap, sehingga menciptakan pengalaman ruang yang nyaman dan tidak membingungkan. Pemisahan antara jalur pengunjung dan jalur servis juga diterapkan dengan baik, sehingga pergerakan staf tidak mengganggu kenyamanan pengguna.

Keberadaan ruang pre-function berperan sebagai node sirkulasi penting yang membantu mendistribusikan pergerakan pengunjung, terutama pada jam ramai. Hal ini membuat sirkulasi terasa lebih tertata dan tidak menumpuk pada satu titik tertentu.

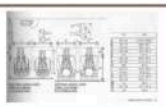
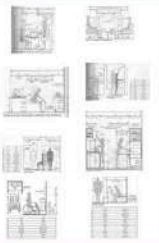
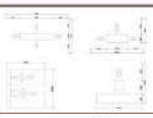
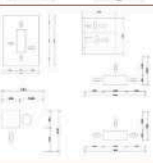
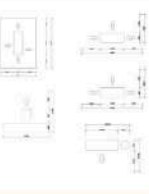
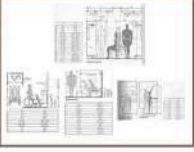
Kelebihan Circulation lantai 2:

Pada lantai 2, sistem sirkulasi dirancang lebih terkontrol dengan jalur yang mengelilingi area inti, sehingga memudahkan orientasi dan navigasi pengguna. Tersedianya tangga khusus untuk staf menjadi keunggulan karena mampu memisahkan sirkulasi pengunjung dan operasional secara lebih efektif.

Jarak antar fungsi yang saling berkaitan dirancang relatif dekat, sehingga mempersingkat waktu tempuh dan meningkatkan efisiensi pergerakan. Area staf dan BOH yang luas juga mendukung sirkulasi servis yang lancar, meskipun terdapat keterbatasan berupa akses area servis yang masih harus melalui pintu utama terlebih dahulu.

4.1.13 Tabel Kebutuhan Aktivitas dan Fasilitas

ZONA	RUANG	PENGGUNA	AKTIVITAS	FASILITAS	DIMENSI				ANTOPOMETRI	DIMENSI LAYOUT	L. AREA LAYOUT (M2)			
					P	L	T	Q			PXL	40%	Q	LUAS
SEMI PUBLIC	RECEPTIONIST	STAFF & CUSTOMER	MENYAMBUT CUSTOMER MELAKUKAN RESERVASI CHECK-IN DUDUK MELAKUKAN PEMBAYARAN	MEJA RECEPTIONIST	180	80	75	1			13.86	5.55	1	19.40
				KURSI RECEPTIONIST	50	55	84	2						
	LOUNGE AREA	CUSTOMER	DUDUK MENUNGGU	LOUNGE SOFA	70	85	78	4			23.10	9.24	1	32.34
			BERSANTAI	FAKE FOUNTAIN	200	200	45	1			10.10	4.04	1	14.14
			MINUM	SOFA 3 SEATER	220	60	45	2						
			MENGOBROL	SIDE TABLE	50	50	50	5						
	TEA CAFE & COMMERCIAL STORE	STAFF & CUSTOMER	DUDUK MINUM	DINING CHAIR	45	45	45	30			9.3	3.72	6	78.12
			MAKAN MENGOBROL	DINING TABLE	180	60	75	6			35.72	14.29	1	50
			MEMESAN MAKANAN	COUNTER FOOD DISPLAY	250	80	75	1			99.9	39.9	1	139.86
			MENYIAPKAN MAKANAN		345	80	75	1						
				PANTRY	250	60	80	4			6.76	2.7	2	9.46
			MEN-DISPLAY PRODUK	WALL DISPLAY	185	30	200	6						
				TABLE DISPLAY	140	140	75	4			11.97	4.78	2	16.75
				WALL CABINET	100	73	200	9						
	PUBLIC TOILET	CUSTOMER	BUANG AIR	TOILET	60	137	38	5			1.43	0.57	1	2
				URINOIR	91	35	75	1						
				DISABLED TOILET	60	137	38	2			2	0.8	7	19.6
				WASTAFEL	160	160	65	1						
										TOTAL AREA	381.67 M2			
SEMI PRIVATE	CASHIER (BEAUTY CLINIC)	STAFF & CUSTOMER	MENYAMBUT CUSTOMER	MEJA RECEPTIONIST	120	80	75	2			11.98	4.79	2	33.55
			CHECK-IN	KURSI RECEPTIONIST	45	45	45	2						
	WAITING AREA (BEAUTY CLINIC)	CUSTOMER	DUDUK	LOUNGE CHAIR	70	85	78	4			7.5	3	2	21.17
			MINUM	LOUNGE TABLE	60	60	42	2						
	CHIEF DOCTOR'S OFFICE & TREATMENT ROOM	DOCTOR & CUSTOMER	KONSULTASI	OFFICE CHAIR	73	53	104	3			16.66	6.66	3	69.9
				OFFICE TABLE	160	80	75	3						
				GUEST CHAIR	45	50	45	3						
			TREATMENT	FACIAL BED	200	75	60	3			13.64	5.46	3	57.3
			MENYIMPAN ALAT TREATMENT	SHELF CABINET	245	60	60	9			13.5	5.4	3	56.71
			GANTI BAJU	CHANGING ROOM	150	200		3						
			BERSIAP-SIAP AFTER TREATMENT	POWDER TABLE	120	60	75	3			3	1.2	3	12.6
	PRODUCT STORE (BEAUTY CLINIC)	CUSTOMER	DISPLAY PRODUCT	WALL CABINET	180	30	200	4			6.3	2.52	2	17.64
	RECEPTIONIST (BEAUTY SALON)	STAFF & CUSTOMER	MENYAMBUT CUSTOMER	MEJA RECEPTIONIST	120	80	75	1			11.98	4.79	1	16.77
			CHECK-IN	KURSI RECEPTIONIST	50	55	84	1						
	WAITING AREA (BEAUTY SALON)	CUSTOMER	DUDUK	BENCH	235	45	45	3			8.22	3.29	1	11.51
			MINUM	LOUNGE TABLE	60	60	65	1						
	HAIR TREATMENT AREA	STAFF & CUSTOMER	CUCI RAMBUT	CREAMBATH BED	160	75	100	4			12.6	5.04	4	70.56
			STYLING RAMBUT	STYLING TABLE	120	60	75	8			4.32	1.73	8	48.4
				STYLING CHAIR	70	65	55	8						
	PEDICURE AREA	STAFF & CUSTOMER	CUCI KAKI	FOOT WASTAFEL	60	60	40	6			6.12	2.45	6	51.42
			NAIL ART	OTTOMAN	50	50	43	6						
	NAIL ART AREA	STAFF & CUSTOMER	TREATMENT	NAIL ART TABLE	150	60	75	3			7.8	3.12	3	32.98
			DUDUK	NAIL ARTIST CHAIR	70	65	60	3						
				GUEST CHAIR	70	65	60	3						

ZONA	RUANG	PENGGUNA	AKTIVITAS	FASILITAS	DIMENSI				ANTOPOMETRI	DIMENSI LAYOUT	L. AREA LAYOUT (M2)			
					P	L	T	Q			PXL	40%	Q	LUAS
SEMI PRIVATE	EYELASH AREA	STAFF & CUSTOMER	MEMASANG BULU MATA	STOOL	60	60	75	2			6.7	2.68	2	18.76
			BERBARING	SOFA	130	90	80	2						
			LASH DISPLAY	TABLE DISPLAY	80	80	75	1			10.24	4.10	1	14.34
			MENYIMPAN BARANG BAWAAN	CABINET	50	50	60	2						
	PRODUCT DISPLAY (BEAUTY SALON)	CUSTOMER	MENDISPLAY PRODUK	WALL DISPLAY	100	73	200	9			1.89	0.76	9	23.85
	REFLEXOLOGY	STAFF & CUSTOMER	CUCI KAKI	FOOT WASTAFEL	200	210	45	1			16	6.4	1	22.6
			BERBARING/DUDUK	SOFA BED	200	80	110	6						
			TEMPAT DUDUK TERAPIS	OTTOMAN	80	60	40	6			6.76	2.7	8	75.68
			MENYIMPAN BARANG BAWAAN	CABINET	364	30	200	4						
										TOTAL AREA	655.74 M2			
PRIVATE	VIP PRIVATE SESHIN	STAFF & CUSTOMER	MENYIMPAN PRODUK TREATMENT	CABINET	150	55	40	2			7.02	2.81	2	19.66
			MEMANDIKAN CUST	SHOWER	300	55	200	2			15.93	6.37	2	44.6
			BERBARING	SPA BED	200	75	60	2			13.64	5.46	2	38.2
			CUCI TANGAN	WASTAFEL	120	60	75	2			7.02	2.81	2	19.66
			BUANG AIR & MANDI	TOILET	245	235		2			36.7	14.68	2	102.76
			MENYIMPAN BARANG BAWAAN	WARDROBE	235	60		2			7.02	2.81	2	19.66
			MINUM TEH	TEA CORNER	210	210		2			6.93	2.77	2	19.4
			BERSANTAI	LOUNGE SOFA	180	60	45	2			4.3	1.72	2	12.05
				LOUNGE TABLE	50	50	60	2						
			SIAP-SIAP	DRESSING TABLE	300	60	75	2			8.1	3.24	2	22.68
				DRESSING CHAIR	60	60	65	2						
	SESHIN REGULAR	STAFF & CUSTOMER	MENYIMPAN PRODUK TREATMENT	CABINET	150	55	40	2			7.02	2.81	2	19.66
			MEMANDIKAN CUST	SHOWER	300	55	200	2			15.93	6.37	2	22.3
			SIAP-SIAP	DRESSING TABLE	300	60	75	2			8.1	3.24	2	22.68
				DRESSING CHAIR	60	60	65	2						
PRIVATE	SESHIN REGULAR	STAFF & CUSTOMER	BERBARING	SPA BED	200	75	60	2			13.64	5.46	2	38.2
			CUCI TANGAN	WASTAFEL	120	60	75	2			7.02	2.81	2	19.66
			BUANG AIR & MANDI	TOILET	245	150		2			36.7	14.68	2	102.76
			MENYIMPAN BARANG BAWAAN	WARDROBE	235	60		2			7.02	2.81	2	19.66
			BERSANTAI	LOUNGE SOFA	85	90	45	2			4.3	1.72	2	12.05
				LOUNGE TABLE	50	50	60	2						
	JIMJILLBANG & SAUNA	CUSTOMER	BERENDAM	HOT & COOL POOL	210	210	60	4			10.89	4.36	4	61
			SAUNA	BENCH SAUNA	120	50	45	2			36	14.4	1	50.4
				HOT ROCK	90	90	60	1						
	RELAKSASI	STAFF & CUSTOMER	MENYIAPKAN PRODUK TREATMENT	CABINET	150	60	75	7			7.02	2.81	7	68.81
			BERBARING	SPA BED	200	75	60	7			13.64	5.46	7	133.7
			MENYIMPAN BARANG BAWAAN	WARDROBE	150	60	200	7			7.02	2.81	7	68.81
			MINUM	LOUNGE TABLE	60	60	50	7			4.5	1.8	7	44.1
			BERSANTAI	LOUNGE SOFA	85	90	45	7						
			CUCI TANGAN	WASTAFEL	150	60	75	7			7.02	2.81	7	68.81
			BERSIAP-SIAP	DRESSING TABLE	200	60	75	7			8.1	3.24	7	183.7
	COUPLE RELAKSASI	STAFF & CUSTOMER	MENYIAPKAN PRODUK TREATMENT	CABINET	150	60	75	2			7.02	2.81	2	19.66
			BERBARING	SPA BED	200	75	60	4			13.64	5.46	4	76.4
			MENYIMPAN BARANG BAWAAN	WARDROBE	240	60	200	2			7.02	2.81	2	19.66
			MINUM	LOUNGE TABLE	60	60	50	2			5.61	2.24	4	31.4
			BERSANTAI	SOFA BENCH	160	45	45	4						
			CUCI TANGAN	WASTAFEL	200	60	75	2			3.6	1.44	2	10.08
			BERSIAP-SIAP	DRESSING TABLE	200	60	75	4			8.1	3.24	4	45.36
PRIVATE	COUPLE RELAKSASI	STAFF & CUSTOMER	BERENDAM	JACUZZI	210	140	60	2			6.5	2.6	2	18.2
			BUANG AIR	TOILET	150	100		2			5.75	2.3	2	16.11
			MANDI/BILAS	SHOWER	150	100		2						
			MINUM TEH	TEA CORNER	210	210		2			6.93	2.77	2	19.4
	SAUNA MALE & FEMALE	CUSTOMER	TOWEL	WALL CABINET	100	30	200	6			4.5	1.8	2	12.6
			SAUNA	BENCH	400	400	45	2			40.96	16.38	2	114.68
				HOT ROCK	60	60	60	2						
										TOTAL AREA	1.615.52 M2			
SERVICE	BOH	STAFF	DUDUK	KURSI	50	55	84	20			9.24	3.7	6	77.64
			MAKAN	MEJA	120	60	75	6			11.55	4.62	8	129.36
			SIAP-SIAP	DRESSING TABLE	180	60	75	8			9.5	3.8	8	106.4
			MENYIMPAN STOCK PRODUK	CABINET	180	50	150	8						
				FREEZER	150	75	90	2						
			MANDI/BUANG AIR	SHOWER ROOM	120	150		4			1.8	0.72	8	20.16
			GANTI BAJU	TOILET	120	150		4						
										TOTAL AREA	333.56 M2			
											2.986.49 M2			

Tabel 4.1.13.1 Tabel Aktrivitas dan Fasilitas

Sumber : data pribadi

4.1.14 Gambar Presentasi

4.1.14.1 Facade & Parking Area



Gambar 4.1.14.1 Parking Area

Sumber : data pribadi



Gambar 4.1.14.2 Facade

Sumber : data pribadi

Area parkir dirancang sebagai bagian integral dari pengalaman ruang, bukan sekadar area fungsional. Tata letak parkir disusun dengan sistem sirkulasi satu arah yang jelas dan efisien, sehingga memudahkan kendaraan untuk masuk dan keluar area tanpa menimbulkan konflik sirkulasi. Pola pergerakan kendaraan dirancang mengelilingi massa bangunan, menciptakan orientasi yang intuitif bagi pengunjung sejak pertama kali memasuki tapak.

Kapasitas area parkir disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung fasilitas wellness, meliputi kendaraan roda empat dan roda dua, serta akomodasi bagi transportasi daring. Penempatan area parkir di bagian depan dan samping tapak memungkinkan akses yang cepat menuju pintu masuk utama tanpa mengganggu zona privat di dalam bangunan.

Elemen lanskap berupa pepohonan dan area hijau ditempatkan di sekitar parkir sebagai buffer visual dan akustik, sekaligus berfungsi untuk mengurangi kesan kaku dan panas pada area terbuka. Kehadiran vegetasi ini juga berperan dalam meningkatkan kenyamanan mikroklimat serta memperkuat konsep healing environment yang menjadi dasar perancangan Han-Na Korean Beauty Wellness Center.

Dari segi visual, keterpaduan antara area parkir, fasad bangunan, dan elemen lanskap menciptakan kesan tapak yang tertata, eksklusif, dan tidak terkesan komersial massal. Dengan demikian, pengalaman pengunjung sejak tahap kedatangan sudah diarahkan pada suasana tenang dan terkontrol, selaras dengan fungsi bangunan sebagai pusat wellness terpadu.

4.1.14.2 Receptionist & Lounge



Gambar 4.1.14.2.1 Receptionist

Sumber : data pribadi



Gambar 4.1.14.2.2 Receptionist

Sumber : data pribadi

Area resepsionis merupakan ruang pertama yang diakses pengunjung saat memasuki Han-Na Korean Beauty Wellness Center, sehingga dirancang sebagai Focal point utama yang merepresentasikan identitas dan kualitas ruang secara keseluruhan. Desain resepsionis mengusung kesan *soft luxury* melalui penggunaan material bernuansa emas lembut, tekstur halus, serta pencahayaan hangat yang menciptakan atmosfer eksklusif namun tetap menenangkan.

Elemen kolom sentral dengan bentuk melengkung menjadi elemen ikonik yang memperkuat kesan visual sekaligus berfungsi sebagai penanda orientasi ruang. Bentuk kurva yang diaplikasikan pada plafon dan dinding terinspirasi dari filosofi arsitektur Korea yang menekankan keseimbangan, alur alami, dan keharmonisan. Ornamen dekoratif dan panel bermotif halus merepresentasikan interpretasi modern dari elemen hanok dan seni Korea tradisional.

Reception desk dirancang dengan bentuk geometris sederhana namun elegan, ditempatkan secara strategis untuk memudahkan interaksi antara staf dan pengunjung. Pencahayaan aksen pada area resepsionis tidak hanya berfungsi sebagai penerangan, tetapi juga membangun pengalaman visual yang imersif, memberikan kesan pertama yang kuat, serta mengantarkan pengunjung secara psikologis menuju suasana relaksasi.



Gambar 4.1.14.2.3 Lounge Area

Sumber : data pribadi



Gambar 4.1.14.2.3 Lounge Area

Sumber : data pribadi

Area lounge dirancang sebagai ruang transisi sekaligus ruang relaksasi awal bagi pengunjung sebelum maupun sesudah menjalani treatment. Lounge ini mengadopsi konsep ketenangan mendalam dengan pendekatan desain yang menekankan kenyamanan, privasi, dan pengalaman multisensori. Penataan furnitur berbentuk melingkar menciptakan kesan intim dan mengundang, sekaligus memperkuat alur sirkulasi yang mengalir secara natural.

Elemen air yang ditempatkan pada kolom tengah berfungsi sebagai elemen terapeutik yang memberikan efek visual dan suara yang menenangkan. Kehadiran elemen ini memperkuat konsep healing space serta membantu menciptakan suasana kontemplatif bagi pengunjung. Material bertekstur lembut, palet warna netral seperti beige dan brown, serta pencahayaan warm light dipilih untuk menciptakan atmosfer yang hangat, elegan, dan tidak menstimulasi secara berlebihan.

Penggunaan vegetasi indoor turut mendukung konsep *Refined Senses* dengan menghadirkan nuansa alami ke dalam ruang, selaras dengan filosofi keseimbangan tubuh dan pikiran dalam budaya wellness Korea. Area lounge juga dirancang agar fleksibel, dapat digunakan sebagai area menunggu, bersantai, maupun sebagai ruang jeda sebelum pengunjung melanjutkan rangkaian treatment berikutnya.

4.1.14.3 Jimjillbang



Gambar 4.1.14.3.1 Sauna Jimjillbang

Sumber : data pribadi

Area sauna pada fasilitas Jimjilbang dirancang sebagai ruang pemulihan tubuh dan mental yang menekankan pengalaman relaksasi melalui pendekatan sensori. Konsep ruang mengadopsi bentuk geometris lengkung yang memberikan kesan menyelubungi (*enclosing space*), sehingga pengguna merasa lebih privat, aman, dan terfokus pada proses relaksasi.

Material dinding didominasi oleh tekstur alami menyerupai batu dan tanah mineral, yang terinspirasi dari konsep *Hanjeungmak* pada Jimjilbang tradisional Korea. Material ini tidak hanya berfungsi secara visual, tetapi juga memperkuat asosiasi terhadap terapi panas alami yang dikenal efektif dalam membantu detoksifikasi tubuh dan pelepasan ketegangan otot. Elemen dudukan dibuat menyatu dengan dinding, membentuk konfigurasi melingkar yang mendukung interaksi pasif sekaligus kenyamanan pengguna.

Pencahayaan menggunakan *warm indirect lighting* dengan warna dominan amber, yang ditempatkan secara tersembunyi pada plafon dan bagian bawah elemen duduk. Strategi pencahayaan ini bertujuan untuk menciptakan suasana hangat, menenangkan, serta meminimalkan kontras cahaya yang berlebihan. Elemen cahaya lingkaran pada plafon berperan sebagai *focal point* ruang, sekaligus memperkuat kesan kontemplatif dan ritmis.

Secara keseluruhan, desain sauna dirancang untuk memberikan pengalaman relaksasi yang bersifat mendalam (*immersive*), di mana bentuk ruang, material, dan pencahayaan saling mendukung dalam menciptakan atmosfer terapeutik khas Jimjilbang.



Gambar 4.1.14.3.2 Hot&Cool Pool Jimjillbang
Sumber : data pribadi

Area hot dan cool pool dirancang sebagai kelanjutan dari pengalaman sauna, dengan fokus pada terapi hidro dan stimulasi sirkulasi tubuh. Ruang kolam dibentuk dengan pendekatan semi-tertutup menggunakan partisi kaca melengkung, yang berfungsi menjaga privasi pengguna tanpa menghilangkan keterhubungan visual dengan area sekitarnya.

Kolam air panas dan air dingin ditempatkan dalam satu zona dengan diferensiasi visual melalui pencahayaan berwarna. Kolam air panas menggunakan nuansa cahaya hangat untuk memperkuat efek relaksasi otot, sedangkan kolam air dingin diberikan pencahayaan bernuansa kebiruan untuk menegaskan sensasi kesegaran dan revitalisasi tubuh. Strategi ini membantu pengguna secara intuitif memahami fungsi masing-masing kolam tanpa memerlukan penanda tambahan.

Material kolam menggunakan finishing halus dengan warna netral terang yang memberikan kesan bersih, higienis, dan modern. Bentuk kolam yang melengkung mengikuti bahasa desain keseluruhan ruang, sehingga tercipta kesinambungan visual dan alur sirkulasi yang lembut.

Elemen vegetasi indoor ditempatkan di sekitar area kolam sebagai penyeimbang visual dan sebagai representasi konsep *healing environment*.

Sistem pencahayaan pada area ini menggunakan kombinasi *ambient lighting* dan *accent lighting* yang ditempatkan secara tersembunyi, sehingga tidak menimbulkan silau dan tetap menjaga suasana tenang. Dengan pendekatan tersebut, area hot dan cool pool mampu memberikan pengalaman terapi air yang nyaman, aman, dan mendukung proses pemulihan fisik maupun mental.

4.1.14.4 Couple Relaxation Room



Gambar 4.1.14.4.1 Couple Relaxation Room
Sumber : data pribadi

Area Relaxation Couple Room dirancang sebagai ruang perawatan privat untuk dua pengguna dalam satu ruang, dengan fokus utama pada kenyamanan, privasi, dan kualitas relaksasi bersama. Ruang ini mendukung konsep Refined Senses dengan menghadirkan suasana tenang, eksklusif, dan terkendali secara visual maupun fungsional.

Tata letak ruang menggunakan dua bed perawatan sejajar dengan jarak ergonomis, sehingga memungkinkan perawatan dilakukan secara simultan tanpa mengganggu area personal masing-masing pengguna. Sirkulasi terapis dibuat efisien dan tidak memotong area relaksasi pengguna.

Material utama yang digunakan meliputi finishing kayu bernuansa hangat, batu alam berwarna hijau, dan permukaan bertekstur matte untuk menciptakan kesan natural, stabil, dan menenangkan. Pemilihan material ini selaras dengan prinsip wellness Korea yang menekankan keseimbangan antara tubuh dan lingkungan.

Elemen drop ceiling berbentuk melingkar berfungsi sebagai focal point ruang dan dipadukan dengan pencahayaan tidak langsung (warm light) untuk menjaga intensitas cahaya tetap rendah dan nyaman. Aksen visual berupa lukisan bermotif Korea pada plafond memperkuat identitas budaya tanpa mendominasi ruang.

Secara fungsional, Relaxation Couple Room berperan sebagai ruang perawatan dengan tingkat privasi tinggi yang mendukung pengalaman wellness pasangan, sejalan dengan konsep “All You Need in One Place” pada HAN-NA Korean Beauty Wellness Center.



Gambar 4.1.14.4.2 Couple Relaxation Room

Sumber : data pribadi

4.1.14.5 Regular Relaxation Room



Gambar 4.1.14.5.1 Regular Relaxation Room

Sumber : data pribadi

Regular Relaxation Room dirancang sebagai ruang perawatan individu dengan prioritas pada privasi, kenyamanan personal, dan kualitas relaksasi. Ruang ini mendukung konsep *Refined Senses* melalui pengendalian suasana visual dan fungsi ruang secara optimal.

Tata ruang menggunakan satu bed perawatan dengan sirkulasi terapis yang efisien dan tidak mengganggu area relaksasi pengguna. Pengaturan elemen ruang mengikuti prinsip ergonomi untuk memastikan kenyamanan pengguna dan kelancaran aktivitas perawatan.

Material interior didominasi kayu bernuansa hangat, batu alam berwarna netral–hijau, dan finishing matte untuk menciptakan atmosfer natural, stabil, dan menenangkan, selaras dengan prinsip keseimbangan tubuh dan lingkungan dalam wellness Korea.

Elemen drop ceiling berdesain lembut berfungsi sebagai focal point ruang dan dipadukan dengan pencahayaan tidak langsung berwarna warm light guna menjaga intensitas cahaya tetap rendah dan kondusif untuk relaksasi. Aksen visual bermotif Korea diaplikasikan secara subtil sebagai penguat identitas HAN-NA.

Secara fungsional, ruang ini berperan sebagai fasilitas perawatan privat yang memaksimalkan pengalaman relaksasi individu dan memperkuat konsep **“All You Need in One Place”** pada HAN-NA Korean Beauty Wellness Center.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Perancangan HAN-NA Korean Beauty Wellness Center berhasil menghadirkan fasilitas wellness terpadu yang mampu mengintegrasikan fungsi kecantikan, relaksasi, dan pemulihan kesehatan mental dalam satu kesatuan ruang yang nyaman, terstruktur, dan berorientasi pada pengguna. Perancangan ini dirancang untuk menjawab kebutuhan masyarakat urban terhadap ruang healing yang tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga mampu memberikan pengalaman ruang yang menenangkan, privat, dan bermakna.

Melalui penerapan konsep desain yang kuat, pengolahan zoning yang jelas, serta pengaturan sirkulasi yang terkontrol, HAN-NA tidak hanya berfungsi sebagai pusat perawatan kecantikan dan wellness, tetapi juga sebagai ruang pemulihan fisik dan mental yang mendukung keseimbangan gaya hidup masyarakat perkotaan. Perancangan ini menempatkan kenyamanan, privasi, dan pengalaman sensori sebagai aspek utama dalam membentuk kualitas ruang. Berdasarkan perancangan HAN-NA Korean Beauty Wellness Center, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- Perancangan HAN-NA Korean Beauty Wellness Center mengangkat konsep **“Refined Senses – Tradition Simplified – Experience Amplified”** yang merepresentasikan pendekatan penyederhanaan nilai tradisi Korea ke dalam desain kontemporer tanpa menghilangkan makna filosofisnya.
- Konsep perancangan ini bertujuan untuk menciptakan ruang wellness yang mampu menstimulasi ketenangan fisik dan mental melalui pengalaman ruang yang terkontrol, lembut, dan berkelanjutan, sesuai dengan kebutuhan masyarakat urban modern.
- Perancangan mengadaptasi nilai-nilai budaya Korea dalam bentuk, material, pencahayaan, dan atmosfer ruang, yang kemudian dikombinasikan dengan pendekatan desain modern untuk menghasilkan suasana yang elegan, bersih, dan menenangkan.
- Pembagian fungsi ruang dilakukan secara vertikal dan horizontal dengan mempertimbangkan tingkat privasi dan karakter aktivitas, di mana **lantai satu** difokuskan sebagai area publik dan semi-publik (receptionist & lounge, tea café & commercial, beauty clinic, beauty salon, reflexology, serta area pendukung),

sementara **lantai dua** difungsikan sebagai area privat untuk aktivitas relaksasi intensif (seshin treatment, jimjilbang, sauna, hot & cool pool, serta ruang relaksasi).

- Permasalahan utama dalam perancangan ini adalah pengelompokan ruang berdasarkan tingkat ketenangan, privasi, dan intensitas aktivitas, sehingga diperlukan pemisahan yang jelas antara area publik, semi-publik, dan privat guna menjaga kenyamanan serta kualitas pengalaman pengguna.
- Penerapan zoning dan grouping ruang yang tepat menjadikan HAN-NA sebagai fasilitas wellness yang tidak hanya berfungsi secara operasional, tetapi juga mampu membangun pengalaman ruang yang mendukung proses relaksasi dan pemulihan secara optimal.
- Hasil perancangan HAN-NA Korean Beauty Wellness Center diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan fasilitas wellness modern yang mengintegrasikan nilai budaya, desain kontemporer, dan pendekatan kesehatan mental dalam konteks perkotaan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat diberikan beberapa saran untuk pengembangan perencanaan kedepannya sebagai berikut:

- Diharapkan HAN-NA Korean Beauty Wellness Center dapat terus mengembangkan konsep dan program wellness yang adaptif terhadap kebutuhan masyarakat urban, khususnya dalam menghadirkan layanan yang berfokus pada kesehatan mental dan keseimbangan hidup.
- Solusi pembagian zona berdasarkan tingkat privasi dan ketenangan perlu terus dipertahankan dan dikembangkan untuk menjaga kualitas pengalaman ruang serta meminimalkan gangguan antar aktivitas di dalam bangunan.
- Perlu dipertimbangkan kemungkinan pengembangan atau ekspansi ruang di masa depan guna menambah variasi fasilitas dan treatment seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap layanan wellness terpadu.
- Diharapkan keberadaan HAN-NA Korean Beauty Wellness Center dapat memberikan pengalaman wellness yang menyeluruh dan berkesan, sehingga pengunjung menjadikan HAN-NA sebagai destinasi utama untuk relaksasi, perawatan diri, dan pemulihan kesehatan mental.

DAFTAR PUSTAKA

Allen, E., & Iano, J. (2013). *Fundamentals of building construction: Materials and methods* (6th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Alodokter. (n.d.). *Psikologi warna dan pengaruhnya terhadap kesehatan mental*. https://www.alodokter.com/

ArchDaily. (2022). *Biophilic design: Bringing nature into architecture*. https://www.archdaily.com/

ASHRAE. (2017). *ASHRAE handbook: HVAC applications*. American Society of Heating, Refrigerating and Air-Conditioning Engineers.

Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing, 56*(2), 57–71.

Ching, F. D. K. (2014). *Architecture: Form, space, and order* (4th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

DeChiara, J., & Panero, J. (2001). *Time-saver standards for interior design and space planning*. New York, NY: McGraw-Hill.

ELLE Indonesia. (2023). *Inovasi terbaru dalam industri K-Beauty*. https://elle.co.id/

Euromonitor International. (2022). *Beauty and personal care in Indonesia*. Euromonitor International.

Hanbang. (n.d.). *Holistic Korean beauty philosophy*. Seoul: Hanbang Research Institute.

Hollins, B., & Pugh, S. (1990). *Successful product design*. London: Butterworths.

iVisitKorea. (2023). *Hanok architecture and Korean traditional culture*. https://www.ivisitkorea.com/

Kaplan, R., & Kaplan, S. (1989). *The experience of nature: A psychological perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.

Kopec, D. (2006). *Environmental psychology for design*. New York, NY: Fairchild Publications.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Leo International Design. (2024). *Wellness interior trends and sustainable materials*. https://leointeriordesign.com/

McKinsey & Company. (2021). *The global beauty market and K-beauty trends*. McKinsey Insights.

Mintel. (2020). *Global wellness and self-care trends*. Mintel Group Ltd.

Pallasmaa, J. (2012). *The eyes of the skin: Architecture and the senses* (3rd ed.). Chichester: Wiley.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy*. Boston, MA: Harvard Business School Press.

Pinterest. (2023). *Minimalist spa and wellness interior trends*. https://www.pinterest.com/

Rengel, R. J. (2014). *Shaping interior space*. New York, NY: Fairchild Books.

Schmitt, B. (2010). *Experience marketing*. New York, NY: Free Press.

Seini I Zalukhu. (n.d.). *Korean sauna and wellness culture*. Korea Tourism Organization.

Spence, C. (2021). *Sensehacking: How to use the power of your senses for happier, healthier living*. London: Viking.

Standar Nasional Indonesia. (1989). *SNI 03-0349-1989: Tata cara perencanaan lantai dan dinding tahan air*. Badan Standardisasi Nasional.

Standar Nasional Indonesia. (2000). *SNI 03-1746-2000: Tata cara perencanaan jalur evakuasi*. Badan Standardisasi Nasional.

Standar Nasional Indonesia. (2000). *SNI 03-6197-2000: Konservasi energi sistem pencahayaan*. Badan Standardisasi Nasional.

Standar Nasional Indonesia. (2000). *SNI 03-6386-2000: Tingkat kebisingan ruang*. Badan Standardisasi Nasional.

Standar Nasional Indonesia. (2001). *SNI 03-6572-2001: Tata cara perancangan sistem ventilasi dan pengkondisian udara*. Badan Standardisasi Nasional.

Standar Nasional Indonesia. (2004). *SNI 03-1733-2004: Tata cara perencanaan lingkungan bangunan*. Badan Standardisasi Nasional.

Standar Nasional Indonesia. (2015). *SNI 8153:2015: Sistem plambing pada bangunan gedung*. Badan Standardisasi Nasional.

Standar Nasional Indonesia. (2019). *SNI 0225:2019: Instalasi listrik tegangan rendah*. Badan Standardisasi Nasional.

Standar Nasional Indonesia. (2020). *SNI 1729:2020: Spesifikasi bangunan gedung*. Badan Standardisasi Nasional.

Ulrich, R. S. (1991). Effects of healthcare environmental design on medical outcomes. *Journal of Healthcare Design*, 3, 97–109.

Wikipedia. (n.d.). *Hanok*. https://en.wikipedia.org/wiki/Hanok

Wikipedia. (n.d.). *Hanji*. https://en.wikipedia.org/wiki/Hanji

Wikipedia. (n.d.). *Dancheong*. https://en.wikipedia.org/wiki/Dancheong